

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำภาษาอังกฤษเพื่อสร้างความสนใจ
ที่ปรากฏในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

ตารางที่ 6-36

ตารางที่ 6 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คุณศัพท์ชั้นสามัญเป็นคำดึงดูดใจในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ชั้นสามัญ	คำอธิบาย
1 <u>Ancient</u> Formulars, Inc. Producers of <u>natural</u> Health formulations (Ancient formulars inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกลักษณะ ของสินค้า	คุณศัพท์ natural และ ancient บอกลักษณะสินค้าว่า ปรุงตามสูตรโบราณของการบำรุงสุขภาพตาม ธรรมชาติเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าคุณค่าสะอาด ปราศจากสารเคมี
2 Welcome to Asia's <u>premiere traditional</u> <u>Chinese</u> Medicine & Herbs Online shop (Asia's premiere traditional Chinese medicine and herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ premiere, traditional และ Chinese บ่งบอกถึงความเก่าแก่และความเป็นต้นตำรับในเรื่อง และสมุนไพรของอารยธรรมจีนที่ใช้ได้ผล จนได้รับความเชื่อถือในผลการรักษาที่จะไม่สร้าง ความผิดหวังเพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชมเชื่อมั่นใน คุณภาพสินค้าเพราะเป็นสูตรปรุงยาที่มีสรรพคุณดี
3 <u>Free Shipping</u> (UK) (Net mark pro, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของวิธีส่งสินค้า	สิ่งที่ได้มาโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเป็นของกำนัลที่ผู้รับ ยินดีรับและชื่นชมผู้ให้เสมอเช่นเดียวกัน การใช้ คุณศัพท์ free เพื่อเสนอว่าจะบริการส่งสินค้าให้ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจึงช่วยเร้าให้เกิดการเลือกซื้อ สินค้าจากเว็บไซต์แม้ว่าจะส่งให้เฉพาะสถานที่ที่อยู่ใน สหราชอาณาจักรก็ตาม
4 Sanstea Nature's <u>Alternative</u> Beverage <u>Naturally Caffeine Free</u> Herbal Tea (Virtual diana incorporation with the authors, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า ของสินค้า	คำนาม alternative คำคุณศัพท์ Caffeine free และ herbal และคำกริยาวิเศษณ์ naturally บ่งบอก ว่าสินค้าเป็นเครื่องดื่มไร้สารคาเฟอีน การระบุ เอกลักษณ์สินค้าทำให้สินค้าแตกต่าง ไม่ซ้ำใคร คำ ดังกล่าวจึงเร้าผู้เยี่ยมชมให้หาโอกาสลองลิ้มชิมความ เศษของน้ำชาที่หาไม่ได้ในน้ำชาชนิดอื่น

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
5 <u>Healthy Living</u> at Herbsnow (Healthy living at herbsnow, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักมุ่งเน้นให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักถึงประโยชน์ ของสินค้าโดยการใช้คุณศัพท์ healthy เพราะการมี ชีวิตที่มีพลานามัยสมบูรณ์เป็นสิ่งที่คนปรารถนา การระบุสิ่งที่เป็นที่ปรารถนาจึงช่วยเราความสนใจได้
6 <u>Herbal Moment</u> <u>Specializing in</u> <u>Herbal Soaps, Teas</u> and other <u>Soothing</u> Products (Herbal moment, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของผู้ผลิตสินค้า	พาดหัวหลักระบุว่าเว็บไซต์เป็นผู้ชำนาญการเรื่องสมุนไพร น้ำชาและสารพัดสินค้าเพื่อการประเทินผิว คุณศัพท์ specializing, herbal และ soothing เจาะจงประเภทสินค้าที่จำหน่ายซึ่งเป็นการเจาะจงที่ เน้นความเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่าย และยังทำให้สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือด้วย
7 <u>Traditional Medicinals</u> <u>FIRST MEDICINAL HERB TEAS</u> (Traditional medicinals, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	เพื่อย้ำให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักถึงเอกลักษณ์ของสินค้า และเพื่อเน้นว่าสินค้านี้มีสรรพคุณเป็นยา พาดหัวหลัก จึงใช้คำคุณศัพท์ traditional และ first และซ้ำคำว่า medicinal เพื่อบ่งบอกความเป็นต้นตำรับโบราณ
8 <u>Virtual Health Store</u> (Virtual health store, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ virtual บ่งบอกถึงความเป็นร้านค้าสุขภาพที่ ได้จำลองมาอยู่ในเว็บไซต์ผ่านทางหน้าจอ คอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่า เว็บไซต์ ที่ปรากฏนี้มีใช่เพียงใบแสดงรายการสินค้า (catalogue) ที่ไร้ค่า แต่เป็นร้านค้าทั้งร้านที่มีสินค้า จริงเพียงแต่ย่อส่วนมาให้บริการถึงบ้านเท่านั้น
9 <u>GOOD HEALTH</u> <u>THROUGH INTELLIGENT</u> <u>NUTRITION</u> (Good health through intelligent nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ intelligent เป็นคำที่บอกเอกลักษณ์สินค้า ว่าเป็นทางเลือกของการบริโภคอาหารอย่างถูก โภชนาการและชาญฉลาด ซึ่งย่อมส่งผลให้สุขภาพดี
10 <u>Pathweaver's Holistic</u> <u>Health Center</u> (Pathweaver's holistic health center, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ holistic ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับเว็บไซต์ได้ว่า เว็บไซต์เป็นศูนย์แห่งการบำบัดรักษาสุขภาพแบบ องค์รวมนั่นคือ รักษาทั่วทุกส่วนของร่างกาย มิใช่ รักษาเฉพาะส่วนที่เจ็บป่วย

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
11 <u>New</u> Tetley drawstring bags... Extract the flavor, without the mess (Drawstring tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของบรรจุภัณฑ์	ประติษฐกรรมใหม่ของซองชาที่ใช้เชือกดึงเพื่อ ความสะดวกสำหรับนักดื่มชาให้สามารถดื่มได้ทันที ที่ชงชาเสร็จ โดยมีต้องหงุดหงิดเรื่องการหกหล่นของ ผงชา คุณศัพท์ new บ่งบอกถึงความใหม่ของ บรรจุภัณฑ์และของอารมณ์แห่งการจิบชา
12 PJ's Good Life <u>Natural</u> Weight Loss and Nutrition pjs goodlife products (Access galaxy mall inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของสินค้า	ผู้โฆษณาใช้ความเป็นธรรมชาติไว้ความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมเพราะความเป็นธรรมชาติสื่อถึงความ สะอาด ปราศจากกลิ่นสีสังเคราะห์ ไร้สารปลอมปน ไม่มีผลข้างเคียง เอกลักษณ์เหล่านี้ล้วนเป็นสรรพคุณ ที่รวมเบ็ดเสร็จไว้ในคุณศัพท์ natural
13 PASTA & CO YOUR <u>GREAT</u> MEAL STORE <u>SEATTLE'S PREMIERE</u> TAKEOUT FOOD SHOPS (Jesse L. young web design, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ great ให้ภาพของภัตตาคารใหญ่ หรู ผนวก กับการใช้คุณศัพท์ premiere ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็น ต้นตำรับของกิจการร้านอาหารทำให้เว็บไซต์มี เอกลักษณ์ทั้งในเรื่องอาหารและบรรยากาศของร้าน
14 Kingherb International <u>Professional Chinese</u> Herb <u>Chinese</u> Medecine (Kingherb international co., ltd, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ Chinese และ professional บ่งบอกความ เป็นต้นตำรับมืออาชีพด้านสมุนไพรของชาวจีนที่มีมา แต่โบราณจนกลายเป็นค่านิยมมาถึงปัจจุบันว่า สมุนไพรจีนมีคุณภาพดี
15 YOGI TEA The Yogi Tea Company manufactures <u>delicious</u> beverage teas and <u>medicinal</u> herbal teas known as <u>Ancient</u> Healing Formulas, all based on the Ayurvedic Tradition from India. (Yogi tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	การใช้คุณศัพท์ delicious, medicinal และ ancient เน้นเอกลักษณ์ของน้ำชาตราโยคี นั่นคือ เป็นน้ำชาที่มีทั้งอร่อยและมีสรรพคุณเป็นยา กล่าวคือ ผู้ที่ดื่มชาดังกล่าวเพียงอย่างเดียวจะได้รับ ประโยชน์ถึง 2 อย่างซึ่งช่วยให้น้ำชาน่าซื้อหามา บริโภคยิ่งขึ้น

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
16 Herb Time The Herb Shop We specialize in <u>Safe</u> , <u>Proven Effective Natural</u> <u>Herbal</u> Products (The holy spirit, 1998, Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	ข้อพิจารณาประการหนึ่งของผู้เยี่ยมชมก่อนตัดสินใจซื้อคือ ซื้อแล้วต้องได้ประโยชน์คุ้มค่าใช้จ่ายไป การระบุสรรพคุณสินค้าด้วยคุณศัพท์ safe, proven, effective, natural และ herbal จึงทำให้ผู้เยี่ยมชมพิจารณาเลือกชมเพื่อตัดสินใจซื้อต่อไป
17 Snowbound Herbals <u>Healthy</u> Tea <u>Healthy</u> Talk and a Whole Lot More (Snowbound herbals, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คุณศัพท์ healthy บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าล้วนเป็นสินค้าเพื่อการบำรุงสุขภาพ
18 All Natural, Dr.recommended Weight Loss Products (Health concepts, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์และ สร้างความน่าเชื่อถือ ในสินค้า	คนไข้มีแนวโน้มจะเชื่อคำพูดของแพทย์เพราะเข้าใจว่าแพทย์เป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บข้อแนะนำของแพทย์จึงมีน้ำหนักสามารถโน้มน้าวใจได้ ผู้โฆษณาจึงให้ประเด็นดังกล่าวสร้างความน่าเชื่อถือในสินค้าด้วยการใช้คุณศัพท์ Dr.recommended และ natural เพื่อเสริมแต่งว่าสินค้าที่โฆษณาล้วนเป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติและเป็นสินค้าที่แพทย์แนะนำ
19 <u>HERBAL</u> POWER A PATH TO <u>OPTIMUM</u> HEALTH (K.Bettis, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเชื่อมั่นในสรรพคุณของสินค้าของเว็บไซต์ ผู้โฆษณาจึงใช้คำคุณศัพท์ optimum และ herbal เพื่อบ่งบอกถึงพลังหรือสรรพคุณของสมุนไพรในการเสริมสร้างวังชาให้กับร่างกายจนร่างกายมีศักยภาพหรือความแข็งแรงเต็มที่
20 MOUNTAIN Honeybush tea is an <u>indigenous South</u> <u>African</u> herbal tea with a very <u>pleasant</u> flavour and แหล่งกำเนิดของสินค้า	บอกชนิด ลักษณะ และ	พาดหัวหลักมีคำคุณศัพท์ที่บอกทั้งชนิด (type- mountain bush) ลักษณะ (quality – pleasant และ indigenous) และต้นกำเนิด (origin – South African) ของสินค้าเพื่อให้นักดื่มชาต้องการลิ้มรส

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
(Mountain tea, 1997, Retrieved August, 2000)		น้ำชาที่หายาก มีกลิ่นหอม มีประโยชน์ต่อสุขภาพและ เป็นน้ำชาจากประเทศในทวีปแอฟริกา
21 Go With Herbs for Your <u>Complete</u> Health and Nutrition Needs. (Reynolds, 1996, Retrieved August, 2000)	บอกผลดีของการ บริโภคสินค้า	คุณศัพท์ complete บ่งบอกถึงการมีพลาณามัย สมบูรณ์ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการบริโภคสินค้าสมุนไพร เพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมสนใจและต้องการบริโภคสินค้า เพื่อให้ร่างกายได้รับประโยชน์ตามที่ระบุไว้
22 Herbalife <u>Discounted</u> (Nawed Khan at KPPI.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของราคาสินค้า	คุณศัพท์ discounted บ่งบอกเอกลักษณ์ด้านราคา ของสินค้าเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมที่ต้องการบริโภคสินค้า สมุนไพรในราคาย่อมเยาตัดสินใจซื้อสินค้าเนื่องจาก เข้าใจว่าเว็บไซต์ herbalifediscounted.com จำหน่าย สินค้าในราคาที่ต่ำกว่าเว็บไซต์อื่น
23 our saving Grace Specialty Foods, Inc. Gourment Dietary Alternatives A Gluten Free Company Has Combined Dandelion and Other <u>miraculous</u> roots and Herbs to create truly an <u>epicurean</u> beverage. (Our saving grace food inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ miraculous และ epicurean ช่วยเพิ่ม คุณค่าให้กับเครื่องดื่มยิ่งขึ้น เนื่องจากคุณศัพท์ทั้งสอง บอกถึง 1) เอกลักษณ์ด้านส่วนผสมว่าเป็นเครื่องดื่มที่ สกัดจากสมุนไพรวิเศษที่สามารถรักษาอาการป่วย ให้หายได้ราวปาฏิหาริย์ และ 2) เอกลักษณ์ด้าน สรรพคุณว่าเป็นเครื่องดื่มที่ทำให้จิตใจเบิกบาน
24 DELUXE RICH SDN.BHD. Fruit Juice Manufacturer in Plastic Bottle And Can (Deluxe rich sdn.bhd., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสถานที่ ผลิตสินค้า	คำคุณศัพท์ deluxe และ rich ที่ใช้ดึงดูดใจมิได้อยู่ใน กลุ่มคำบรรยายสรรพคุณสินค้าแต่อยู่ในชื่อองค์กร ผู้ผลิตสินค้า ชื่อองค์กรดังกล่าวจึงโน้มนำให้ผู้เยี่ยมชม นึกถึงสถานที่ผลิตสินค้าที่หรูหรา สะอาดตา ราคาแพง และเมื่อเกิดความชื่นชมสถานที่ ผู้เยี่ยมชมย่อมชื่น ชอบสินค้าตามไปด้วย
25 PENN HERB CO.,LTD America's Most Unique Source for <u>Medicinal</u> Herbs and <u>Natural</u> Remedies (Webmaster@pennherb.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ medicinal และ natural บ่งบอกประเภทสินค้าว่าเป็นสินค้าสมุนไพร มีสรรพคุณเป็นยาที่จำหน่ายผ่านเว็บไซต์เพื่อจูงใจให้ ผู้เยี่ยมชมให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ penherb.com เพียงแห่งเดียว

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
26 Be <u>Healthy</u> And <u>Rich</u> (Be healthy and rich, n.d., Retrieved August, 2000)	เร้าความสนใจ	การมีสุขภาพดีและมีทรัพย์สิน เป็นค่านิยมของคนในยุคปัจจุบัน การใช้คุณศัพท์ healthy และ rich จึงเร้าความสนใจผู้เยี่ยมชมให้อ่านโฆษณาต่อไปเพื่อหาวิธีทำให้ร่างกายแข็งแรงและฐานะมั่งคั่ง
27 All <u>Natural</u> Diet.com (Hits link.com, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำคุณศัพท์ natural มีความหมายครอบคลุมสรรพคุณของสินค้าธรรมชาติเพื่อการลดน้ำหนัก เช่น ไม่มีสารเคมี ไม่มีผลข้างเคียง และไม่ทำให้เกิดความกังวล เป็นต้น การใช้คำดังกล่าวจึงเป็นการเจาะจงเอกลักษณ์พิเศษของสินค้าเพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชมสนใจสินค้านี้ยิ่งขึ้น
28 Welcome to <u>Divine</u> Intervention (Divine intervention, n.d., Retrieved August, 2000)	เร้าความสนใจ	คุณศัพท์ divine เร้าความสนใจของผู้เยี่ยมชมให้เลือกชมสินค้าเนื่องจาก divine เป็นคุณศัพท์ที่บ่งบอกถึงสิ่งที่ได้จากสวรรค์ ดังนั้น เครื่องดื่มสมุนไพรจากเว็บไซต์ดังกล่าวย่อมมีสรรพคุณมั่งคั่งยาวพิเศษ มีรสอร่อยราวกับน้ำทิพย์จากสวรรค์
29 <u>Trim</u> and <u>Healthy</u> ! Weight Loss made easy With <u>unique</u> <u>herbal</u> products (Trim and healthy, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของ ชนิดและประโยชน์ ของสินค้า	คุณศัพท์ trim , unique, herbal และ healthy เป็นคำคุณศัพท์ที่เร้าผู้เยี่ยมชมให้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากเว็บไซต์เนื่องจากเป็นคุณศัพท์ซึ่งหมายถึงสิ่งที่ผู้ต้องการลดน้ำหนักต้องการ นั่นคือ วิธลดน้ำหนักที่ทำได้ง่ายและให้ผลดีด้วยสินค้าสมุนไพรที่หายาก
30 The <u>Enchanted</u> Tea Garden (The enchanted tea garden, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของแหล่งกำเนิดสินค้า	คุณศัพท์ enchanted เร้าผู้เยี่ยมชมให้นึกถึงภาพและบรรยากาศของไร่ใบชาที่เขียวขจีในหุบเขา ซึ่งเป็นสถานที่ปลูกชารสเลิศเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมต้องการลิ้มรสของน้ำชาที่ได้จากไร่ชาที่ดังกล่าว
31 Mother <u>Nature</u> .com <u>Natural</u> Products. <u>Healthy</u> Advice. (Naturalist.com, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีคุณศัพท์ natural และ healthy ขยายค่านาม products และ advice เพื่อเจาะจงทั้งประเภทสินค้าว่าเป็นสินค้าธรรมชาติและประเภทของการบริการว่าเป็นการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ นอกจากนั้นการใช้คุณศัพท์ขยายค่านามยังบ่งบอกถึงความมีคุณภาพทั้งในตัวสินค้าและการให้บริการ

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
32 <u>Heavenly Tea & Herb Shop</u> HOMEPAGE (Heavenly tea and herb shop, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คุณศัพท์ heavenly เสริมให้น้ำชาที่มีโฆษณา ความพิเศษต่างไปจากน้ำชาทั่วไปเพราะเมื่อใช้ คุณศัพท์ดังกล่าวขยายคำนาม tea แล้วหมายถึง น้ำชาที่ได้จากสรรพคุณที่ดี ดังนั้น พาดหัวหลักจึง กระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมหาโอกาสสักครั้งที่จะลิ้มลอง รสชาติที่พิเศษนั้นให้ได้
33 <u>NATURE BEVERAGE FOR INTESTINAL GOOD HEALTH</u> (Nature beverage for intestinal good health, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจง สรรพคุณสินค้า	การใช้ คุณศัพท์ intestinal และ good ใน พาดหัวหลักเป็นการสร้างความสนใจโดยบอกผู้เยี่ยมชม อย่างตรงไปตรงมาถึงสรรพคุณของเครื่องดื่มว่าช่วย บำรุงรักษาระบบการทำงานของลำไส้
34 <u>Royal-Health.com</u> (Royal health, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คุณศัพท์ royal ทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีโฆษณา เป็นสินค้าชาววังซึ่งย่อมพิเศษและเยี่ยมยอดกว่า สินค้าชาวบ้านหรือสินค้าทั่วไปในเรื่อง รสชาติ ส่วนผสม การตกแต่ง และบรรจุภัณฑ์ การใช้คุณศัพท์ royal จึงทำให้สินค้าน่าซื้อหายิ่งขึ้น
35 <u>HEALTHY Alternatives</u> We'll ship product orders of \$150 or more FREE in the Continental of U.S. (GW web design, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ สินค้าและวิธี ส่งสินค้า	คุณศัพท์ free และ healthy และคำนาม alternative บ่งบอกถึงทางเลือกเพื่อการมีสุขภาพที่ดีที่ได้มาโดยไม่ เสียค่าใช้จ่าย ดังนั้น การใช้คุณศัพท์ free จึงช่วย กระตุ้นให้เกิดการสั่งซื้อสินค้าได้
36 <u>QUICKSERENITY</u> \$60 (Quick serenity, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ quick ได้รับความสนใจของผู้เยี่ยมชมให้ซื้อหา สินค้าจากเว็บไซต์เนื่องจาก คุณศัพท์ quick หมายถึง ความรวดเร็วทันใจ ไม่ต้องเสียเวลารอคอย ดังนั้น พาดหัวหลักจึงบ่งบอกถึงความพร้อมของสินค้าที่ได้รับ การเตรียมไว้จำหน่ายในทันทีที่ผู้เยี่ยมชมสั่งซื้อ
37 <u>Beverage House</u> <u>Premium Liquid Concentrate</u> (Beverage house inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ premium ทำให้เครื่องดื่มที่มีโฆษณามี เอกลักษณ์น่าดื่มยิ่งขึ้นเนื่องจากเป็นคุณศัพท์ที่ บ่งบอกถึงการได้รับการยอมรับจนเป็นที่นิยม

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
38 WELCOME TO <u>Viable Herbal Solutions</u> (Viable herbal solutions, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ viable และ herbal ทำให้เว็บไซต์น่า เยี่ยมชมยิ่งขึ้นเพราะ viable บ่งบอกถึงสิ่งที่ใช้ได้ผล สามารถอยู่รอดได้ และ herbal บ่งบอกถึงพืช สมุนไพรดังนั้นการใช้คุณศัพท์ทั้งสองจึงสร้างความ สนใจ และสร้างความมั่นใจในสรรพคุณสินค้าให้กับ ผู้ต้องการรักษาอาการป่วยให้หายขาด
39 WELCOME TO <u>HERBAL COFFEE teeccino</u> (Herbal coffee, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ herbal เสริมความหมายว่า กาแฟที่โฆษณา เป็นกาแฟสมุนไพร ดังนั้นการใช้คุณศัพท์ herbal ขยายค่านาม coffee จึงบ่งบอกถึงประโยชน์ 2 อย่าง ของการดื่มกาแฟคือ teeccino นั่นคือ ได้ทั้งความ กระปรี้กระเปร่าและได้บำรุงสุขภาพ
40 <u>organics direct</u> (Organics direct, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของวิธีจำหน่ายสินค้า	คำคุณศัพท์ organics บ่งบอกถึงวิธีจำหน่ายสินค้า ว่าจำหน่ายโดยตรงจากกลุ่มผู้ปลูกไปยังผู้บริโภคโดย ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางซึ่งราคาย่อมต่ำกว่าและความ สดใหม่ย่อมมีมากกว่าสินค้าจากเว็บไซต์อื่น คุณศัพท์ ดังกล่าวจึงช่วยให้ผู้ที่ต้องการสินค้านี้ราคาถูกเลือกซื้อ สินค้าจากเว็บไซต์
41 <u>Absolute Herbs</u> (Absolute herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ absolute ซึ่งขยายค่านาม herb บ่งบอก ความเป็นสมุนไพรบริสุทธิ์ที่ไม่มีพืชผักชนิดอื่นผสม ปลอมปน ทั้งนี้ก็เพื่อให้ความมั่นใจแก่ผู้เยี่ยมชมว่า สมุนไพรจากเว็บไซต์นี้มีสรรพคุณในการบำรุงรักษา สุขภาพได้จริงและคุ้มค่าหากเลือกซื้อ
42 <u>herbal anti-aging site</u> of <u>www.ageless.com</u> (Herbal anti-aging site, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้าและ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ herbal ,anti-aging และ ageless บ่งบอก ประเภทสินค้าสมุนไพรที่ช่วยยับยั้งริ้วรอยของความ สูงอายุ คำดังกล่าวจึงทำให้ผู้ที่ต้องการรักษา ความงามของตนไว้ชั่วกัลปาวสานเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อค้นหาวิธีชะลอความชรา
43 <u>Health and Beauty</u> <u>Now.com</u> (Webmaster@webhq.com, 2000,	สร้างความสนใจ	ค่านาม health และ beauty และคำคุณศัพท์ now บ่งบอกถึงพลานามัยและความงามที่เกิดขึ้นในทันที และเป็นไปได้จริงในปัจจุบัน เมื่อนำมาใช้เป็น

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
Retrieved August, 2000)		ส่วนหนึ่งของพาดหัวหลักจึงช่วยสร้างความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมให้ลองเยี่ยมชมเว็บไซต์เพื่อให้ได้ สุขภาพร่างกายที่แข็งแรงสดใสในทันทีตามที่โฆษณา
44 Welcome to FEELGREAT.NET (Feel great, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คุณศัพท์ great ได้รับความสนใจของผู้เยี่ยมชมให้อ่าน เว็บไซต์เพื่อค้นหาวิธีหรือที่มาของความสุข ความรู้สึก ปลื้มปิติตามชื่อเว็บไซต์ feelgreat.net
45 ToBeThin.com (To be thin, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	รูปร่างที่มีส่วนโค้งเว้าคือจุดหมายสูงสุดของการลด น้ำหนัก คุณศัพท์ thin จึงเป็นคุณศัพท์ที่ผู้โฆษณา นำมาใช้เพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชมเลือกชมสินค้าเพื่อหาวิธี ลดไขมัน
46 Sedona SuperNaturals Inc. "healthy stuff for healthy folk since 1989" (Sedona supernaturals inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	ผลของการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์คือการมี ร่างกายแข็งแรง การใช้คำคุณศัพท์ healthy จึง เน้นว่า สินค้าที่จำหน่ายในเว็บไซต์ล้วนมีสรรพคุณ บำรุงสุขภาพและได้บำรุงสุขภาพผู้คนมานานแล้ว
47 Your One-Stop Herbal Tea Company (Your one-stop herbal tea company, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ one-stop และ herbal บ่งบอกความเป็น เว็บไซต์จำหน่ายชาสมุนไพรนานาชนิดซึ่งตรงตาม ความต้องการของนักดื่มชาที่ต้องการประหยัด เวลาในการค้นหาเว็บไซต์จำหน่ายน้ำชาและ สามารถเลือกน้ำชาได้หลายชนิด หลายราคา
48 California Day-Fresh Food (Tech III, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ day-fresh บ่งบอกลักษณะของสินค้า ที่จำหน่ายว่าเป็นอาหารที่สด ปรุงเสร็จ พร้อมสรรพ เป็นประจำวันทุกวัน ทั้งนี้ก็เพื่อเสริมให้อาหารที่จำหน่าย ผ่านเว็บไซต์มีเอกลักษณ์ต่างจากอาหารของเว็บไซต์ อื่นและน่ารับประทานยิ่งขึ้น
49 The Ultimate Source of Chinese Tonic Herbs (Simmedia and online store front, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	พาดหัวหลักระบุความเป็นเว็บไซต์ที่บรรจุไว้ด้วย เครื่องดื่มสมุนไพรจีนด้วยคุณศัพท์ ultimate และ Chinese เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักประเภทสินค้าและรู้สึก ถึงความมากมายของเครื่องดื่มที่มีให้เลือกสรรอย่าง พร้อมสรรพจนไม่ต้องเลือกชมเว็บไซต์อื่นอีก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
50 <u>Healthy</u> Lifestyles NATURE'S SUNSHINE VITAMINS AND HERBS (Healthy lifestyles, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ด้านประโยชน์ ของสินค้า	ร่างกายที่แข็งแรงนำมาซึ่งจิตใจที่สดใสและ สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข healthy lifestyle จึงหมายถึงรูปแบบการใช้ชีวิตอย่างเป็นสุข ซึ่งเป็นสิ่งที่คนทั่วไปปรารถนา คุณศัพท์ healthy จึงช่วยเราให้ผู้เยี่ยมชมสนใจเลือกชมเว็บไซต์เพื่อ ค้นหาวิธีมีชีวิตอย่างเป็นสุข
51 Life0 ₂ International The <u>First</u> Tested and <u>Proven</u> superoxygenated Sports Performance Water (Life02 international, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ first และ proven บ่งบอกความเป็น เครื่องดื่มยี่ห้อแรกที่มีการทดสอบและพิสูจน์แล้วว่า มีประโยชน์เพื่อให้สินค้าน่าเชื่อถือและน่าดื่มเนื่องจาก ได้รับการยอมรับและพิสูจน์แล้วว่าคุณภาพดี
52 leaves.com <u>Fine Green, Black</u> <u>White, Oolong and</u> <u>Herbal</u> Teas and More! (Leaves, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท และคุณสมบัติ และเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีการใช้คุณศัพท์เพื่อบอกคุณสมบัติ (quality – fine) และ บอกประเภทของน้ำชา (type-green, black, white, herbal และ Oolong) ในการแสดงรายการสินค้าหลักของเว็บไซต์เพื่อให้ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอย่างตรงไปตรงมาและยัง บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ด้วยว่าเป็นสถานที่ จำหน่ายน้ำชาที่มีคุณภาพโดยเฉพาะ
53 <u>Celestial</u> Seasoning WHAT YOU DO FOR YOU™ (Celestial seasoning inc., n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คุณศัพท์ celestial บ่งบอกถึงการพักผ่อน เมื่อ นำมาใช้ร่วมกับวลี what you do for you จึง เป็นการบอกผู้เยี่ยมชมว่า การพักผ่อนหย่อนใจ คือสิ่งที่ผู้เยี่ยมชมสามารถมอบเป็นรางวัลให้กับ ตัวเองเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักว่าความสุขของชีวิต สามารถสร้างขึ้นได้ด้วยการผ่อนคลายความรื้อน กระวนกระวายใจแล้วดื่มเครื่องดื่มจากเว็บไซต์
54 Welcome to the mad river Dive into the Mad River for a <u>refreshing</u> experience. (CK international LLC, 1998, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ refreshing บ่งบอกเอกลักษณ์ของเครื่องดื่ม ยี่ห้อ Mad River เพื่อดึงดูดใจผู้เยี่ยมชมให้ต้องการ ดื่มเครื่องดื่มดังกล่าว

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
55 Welcome to thingsofnature.com <u>Traditional Chinese Medicine</u> (Things of nature, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	การใช้คำคุณศัพท์ traditional และ Chinese ในพาดหัวหลักที่ 55, 56 และ 57 บ่งบอกถึงค่านิยมในเรื่องความเป็นต้นแบบแห่งยาสมุนไพรของชาวจีน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึงสรรพคุณของยาและวิธีการรักษาโรคของชาวจีนที่ได้ผลจนเป็นมรดกสืบทอดมาแต่โบราณจนกลายเป็นวิธีการรักษาสุขภาพวิธีหนึ่งในยุคชีวิต
56 Sino Herb King Global Sale Network for <u>TRADITIONAL CHINESE MEDICINE</u> (Sino king group, 2000, Retrieved August, 2000)		
57 <u>Traditional Chinese Healing Art Products</u> (Chinese healing art center, 1999, Retrieved August, 2000)		
58 KAVA KING The <u>Natural Herbal</u> Drink of the Pacific Islands (Kava king products inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ natural และ herbal บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของเครื่องดื่มจากเกาะแปซิฟิกว่าเป็นเครื่องดื่มที่ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติจริง ๆ จากเกาะกลางมหาสมุทรแปซิฟิก ทั้งนี้เพื่อบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ดังกล่าวซึ่งหาได้ยากในเครื่องดื่มสมุนไพรที่ผลิตจากสวนสมุนไพรทั่วไป
59 KOALA TEA COMPANY <u>Unique Australian Herbal Tea</u> (3mothers, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ unique, Australian และ herbal บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นน้ำชาสมุนไพรจากประเทศออสเตรเลียซึ่งมีรสไม่เหมือนชาจากประเทศอื่น ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้เยี่ยมชมต้องการลิ้มลองน้ำชาที่โฆษณา
60 <u>Herbal products from SRI LANKA</u> (Lanka global online, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท สินค้า	ศรีลังกา (Sri Lanka) เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการปลูกชาพันธุ์ Ceylon เมื่อระบุชื่อประเทศศรีลังกาพร้อมกับระบุประเภทสินค้าด้วยคำคุณศัพท์ herbal จึงบ่งบอกว่าหนึ่งในสินค้าสมุนไพรนั้นคือ น้ำชา
61 Kang Le So <u>Chinese Herbal</u> Tonics, Teas and <u>Patent Medicines</u> (Hines & Hudson inc., 1997, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ Chinese, herbal และ patent บ่งบอกเอกลักษณ์ของสินค้าว่าเป็นสินค้าและยาสมุนไพรจากประเทศจีนซึ่งมีชื่อเสียงด้านสินค้าสมุนไพรและยังเป็นสินค้าที่ได้รับการจดสิทธิบัตรด้วย

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ชั้นสามัญ	คำอธิบาย
62 <u>Herbal</u> Harvest (Concentric, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท ของสินค้า	พาดหัวหลักสัมผัสอักษร /h/ ในคุณศัพท์ herbal ซึ่ง บอกประเภทสินค้า และแต่ละคำมี 2 พยางค์เท่ากัน พาดหัวหลักจึงเป็นชื่อเว็บไซต์ที่ไพเราะและจำง่าย
63 <u>Wild</u> Weeds (Wild weeds, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ wild ทำหน้าที่บอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็น พืชพันธุ์จากป่าเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจว่าสินค้าที่ จำหน่ายล้วนผลิตจากสมุนไพรแท้และหายาก
64 <u>Davinci fine</u> food (The wendy house, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีคำสัมผัสอักษร /f/ เพื่อให้ชื่อเว็บไซต์ สละสลวย และเพื่อนับประเภท (food) และจุดเด่น (fine) ของสินค้า
65 <u>Musclesoft.com</u> <u>Discount Anti-Aging</u> And Bodybuilding products (Health source, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ด้านราคา และชนิดสินค้า	คุณศัพท์ discount บ่งบอกเอกลักษณ์ด้านราคาของ สินค้าเพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชมต้องการซื้อสินค้าเพราะ เข้าใจว่าสินค้าที่จำหน่ายมีราคาถูก ในขณะที่ คำนาม anti-aging, body building, fitness และ health ก็ทำหน้าที่บอกเอกลักษณ์ สินค้าด้านคุณภาพอย่างตรงไปตรงมาเพื่อให้ ผู้เยี่ยมชมที่ต้องการสินค้านี้ดังกล่าวเยี่ยมชมเว็บไซต์ ต่อไป
66 <u>New-Generation Health</u> <u>The discount</u> health weight- Management and fitness store for the new millennium (New generation health, n.d., Retrieved August, 2000)		
67 <u>ADNIM COMPANY</u> <u>BIO-ORGANIC</u> <u>Herbal Tea Growers &</u> <u>Manufacturers</u> (MAVUA group of companies, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ bio-organic และ herbal ช่วยเน้นว่า น้ำชา ที่จำหน่ายเป็นใบชาสมุนไพรที่ปลูกโดยมิได้ใช้สารเคมี ทั้งนี้เพื่อเจาะจงเอกลักษณ์พิเศษดังกล่าวให้เด่นชัดซึ่ง จะช่วยให้ใบชาที่น่าซื้อหายิ่งขึ้น
68 <u>Premium</u> Hawaiian Awa and Fijian Kava (Premium Hawaiian awa and Fijian kava, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ premium ในพาดหัวหลักที่ 68 และ 69 บ่งบอกเอกลักษณ์ของสมุนไพรและของน้ำชา เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจว่า สินค้าสมุนไพรที่ จำหน่ายนั้นเป็นเครื่องดื่มชั้นดีที่หาสินค้าจาก ที่อื่นเทียบเทียมได้ยาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
69 Gray & Seddon Merchants of <u>Premium</u> Tea (Gray, 1998. Retrieved August, 2000)		
70 thompson's <u>fineteas.com</u> (Thompson's fine teas, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ fine บ่งบอกเอกลักษณ์เครื่องดื่มว่าเป็น น้ำชาคุณภาพดีเพื่อทำให้น้ำชาที่จำหน่ายน่าดื่ม
71 1001herbs For A <u>Healthy</u> Life (1001 herbs.com, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ healthy บ่งบอกถึงเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็น สมุนไพรบำรุงสุขภาพเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเลือกชมสินค้า ในเว็บไซต์เพราะเข้าใจว่าเป็นเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า สมุนไพร 1,001 ชนิดที่ล้วนมีสรรพคุณบำรุงสุขภาพ
72 HEALTH FOR LIFE Consulting Jane Warr <u>Nutritional</u> Consultant (Health for life, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักบ่งบอกเอกลักษณ์ของการให้คำปรึกษา ของเว็บไซต์ว่าเป็นการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ ด้วยการใช้ คุณศัพท์ nutritional เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้ได้ ทันทีที่อ่านพาดหัวหลักว่า เว็บไซต์ข้างต้นจำหน่าย สินค้าพร้อมมีผู้ให้คำปรึกษาที่มีความรู้เฉพาะทางด้วย
73 Gymnema <u>herbal</u> tea (Aakritiprintographics.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักระบุชื่อสมุนไพร Gymnema แล้วจึงใช้ คุณศัพท์ herbal เพื่อเจาะจงว่าชื่อดังกล่าวเป็นชื่อ น้ำชาสมุนไพร ทั้งนี้เพื่อบอกความหมายและประเภท สินค้าให้ผู้เยี่ยมชมรู้จัก
74 Yu-ccan <u>Herbal</u> Drink Making a difference (Yu-ccan herbal drink, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักมีคำคุณศัพท์ herbal ทำหน้าที่เจาะจงว่า Yu-ccan เป็นยี่ห้อเครื่องดื่มสมุนไพร เพื่อให้ ผู้เยี่ยมชมรู้จักชื่อและชนิดของเครื่องดื่มยี่ห้อดังกล่าว
75 CALISAYA <u>HERBAL-TONICS</u> DRINK (Calisaya herbal-tonics drink, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักมีคำคุณศัพท์ herbal-tonics ทำหน้าที่ ขยายความหมายของ Calisaya เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม รู้ว่า Calisaya เป็นยี่ห้อของเครื่องดื่มสมุนไพร

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ชั้นสามัญ	คำอธิบาย
76 Welcome to HANYAO.COM 100% NATURAL - Legacy of Chinese ancestors (Hanyao, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ 100% natural ทำให้สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ เพราะเป็นคำที่รับรองว่าสินค้าที่จำหน่ายล้วน ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ
77 <u>Alternative Beverage</u> Since 1973 (Ale an'artifacts ltd., 1997 Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ alternative ทำหน้าที่บ่งบอกถึงความเป็น ทางเลือกใหม่ ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจว่า เครื่องดื่มที่โฆษณามีลักษณะโดดเด่น ไม่เหมือน เครื่องดื่มอื่น
78 WELCOME HERE IS YOUR <u>HOMEBASED CATALOG</u> BUSINESS FOR THE NEW MILLENNIUM!! (Here is your homebased catalog business, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ homebased บ่งบอกความเป็นธุรกิจที่ทัวได้ที่บ้าน เพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชมสนใจเพราะเป็นการเปิดโอกาสให้มีรายได้ โดยไม่ต้องเสียเวลา ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
79 THERMO LIFT? All <u>Natural</u> Thermogenic Diet Formula (Valerie hays & gay lord allen, 1997, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีคำศัพท์เฉพาะ thermo lift แล้วตามด้วย เครื่องหมายคำถามเพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชมอ่านโฆษณาเพื่อค้นหา ความหมายของคำดังกล่าวต่อไป โดยมีคุณศัพท์ natural เป็น บริบทที่ช่วยในการเดาได้ว่า thermo lift ว่าเป็นสูตรการลด น้ำหนักที่มีเอกลักษณ์เพราะเป็นวิธีลดน้ำหนักด้วยวิถีธรรมชาติ
80 HERBONICS all <u>natural herbal</u> solutions to your health problems (Herbonics, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ natural และ herbal ทำหน้าที่เจาะจงเอกลักษณ์ สินค้าว่าสินค้าบำรุงสุขภาพ ซึ่งช่วยให้สินค้าน่าซื้อหายิ่งขึ้น เพราะเป็นสินค้าสมุนไพรที่ผลิตจากสมุนไพรแท้ ๆ
81 GUSTO <u>sparkling herbal</u> beverage FROM ENGLAND (The beverage network, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ sparkling และ herbal ช่วยให้ผู้บริโภคนึกถึง Gusto น้ำดื่มยิ่งขึ้นเพราะเป็นคุณศัพท์ที่บ่งบอกถึงเครื่องดื่มสมุนไพรที่ มีประกายพรายฟองซ่า ดื่มแล้วมีชีวิตชีวา

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
82 <u>Welcome to</u> <u>GOOD CARE INC.</u> The fusion of <u>ancient</u> ayurvedic knowledge with <u>modern science</u> (Good care inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ good, ancient และ modern บ่งบอกถึง เอกลักษณ์สินค้าของบริษัท Good Care ในเรื่องความ เก่าแก่ที่ผสมรวมกับความทันสมัยจนกลายเป็น สินค้าที่ช่วยรักษาสุขภาพได้ดี ทั้งนี้เพื่อให้ สินค้าน่าซื้อหากว่าสินค้านี้หรืออื่น
83 <u>THE AROMATIC</u> <u>PANTRY</u> (The aromatic pantry, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ aromatic บ่งบอกถึงกลิ่นหอมของอาหารที่ บรรจุขายอยู่ในเว็บไซต์ที่ได้รับการเปรียบให้เป็น เสมือนห้องรับประทานอาหารที่ตลอบอบวลด้วยความ หอมเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมต้องการลิ้มรสอาหารซึ่งเป็น ที่มาของกลิ่นหอม
84 <u>Herbal Supplement</u> Diet, Skin, Hair, and Body Care That You Deserve (Galaxy mall, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คุณศัพท์ herbal ทำหน้าที่เจาะจงเอกลักษณ์สินค้า เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้ว่า สินค้าที่จำหน่ายนั้นควรที่จะใช้ บำรุงสุขภาพทั้งภายในและภายนอกร่างกายเพราะ เป็นสินค้าที่ไม่เจือปนสารเคมีเพราะเป็นสินค้าที่มีส่วนผสม เป็นสมุนไพร
85 <u>Natural Shoppe</u> <u>Earth Friendly and</u> <u>Natural Products</u> (Natural shoppe, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คุณศัพท์ natural และ earth friendly บ่งบอก เอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นสินค้าที่มีการส่วนผสมเป็น ธรรมชาติและไม่สร้างมลพิษเพื่อให้เกิดความเข้าใจว่า สินค้าไม่มีส่วนผสมของสารเคมีอันตราย
86 <u>Traditional Herbal</u> Remedies & Beauty Aids (Traditional herbal remedies and beauty aids, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คุณศัพท์ traditional และ herbal บอกเอกลักษณ์ สินค้าเพื่อทำให้สินค้าที่จำหน่ายนั้นต่างจากสินค้าอื่น เพราะเป็นยาและเครื่องสำอางสมุนไพรสูตรโบราณซึ่ง ย่อมได้รับการยอมรับแล้วว่าใช้ได้ผลจนสืบทอดมาถึง ปัจจุบัน
87 <u>Yerba mate</u> <u>Herbal Tea</u> (Cesar-scott, inc., 1999, Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักที่ 87 และ 88 บ่งบอกประเภทสินค้าด้วย คำคุณศัพท์ herbal เพื่ออธิบายความหมายของคำว่า Gymnema และ Yerba Mate ว่าเป็นน้ำชาสมุนไพร เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักประเภทสินค้า

ตารางที่ 6 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสามัญ	คำอธิบาย
88 Gymnema <u>herbal</u> tea (Aakritiprintographics.com, n.d., Retrieved August, 2000)		
89 JansHerbs.com บอกเอกลักษณ์สินค้า Home for the best ของเว็บไซต์ <u>Natural herbal</u> health products (Fourza company graphic design, 1999, Retrieved August, 2000)		คุณศัพท์ natural และ herbal บ่งบอกประเภทสินค้า ของเว็บไซต์ว่าเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าสมุนไพร ซึ่งเป็นสมุนไพรบำรุงสุขภาพที่ดีที่สุดเพื่อทำให้ ผู้เยี่ยมชมสนใจลองซื้อสินค้า
90 Sustainability Source, Inc. บอกเอกลักษณ์ "The most comprehensive ของสินค้า source for socially & environmentally screened products and services" (Sustainability source inc., n.d., Retrieved August, 2000)		คุณศัพท์ screened ทำให้เกิดความเข้าใจว่า สินค้า และการบริการได้รับการคัดสรรกลั่นกรองมาแล้ว อย่างดีหรืออีกนัยหนึ่งคือ เว็บไซต์จำหน่ายเฉพาะ สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป
91 PENN HERB CO.,LTD บอกเอกลักษณ์ America's Most Unique ของสินค้า Source for <u>Medicinal</u> Herbs and <u>Natural</u> Remedies (Webmaster@pennherb.com, n.d., Retrieved August, 2000)		คำคุณศัพท์ medicinal และ natural บ่งบอกประเภท และเอกลักษณ์ของสินค้าที่จำหน่ายว่าเป็นสินค้า สมุนไพรธรรมชาติที่มีสรรพคุณเป็นยา การใช้คำ ดังกล่าวจึงช่วยให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักสินค้าหลักและ สามารถคาดเดาเนื้อหาโดยรวมของเว็บไซต์ได้ทันทีที่ อ่านพาดหัวหลักแล้ว
92 Spring Water + Ginseng บอกเอกลักษณ์ Combining Two of ของสินค้า Nature's finest Ginspring Ginseng <u>Enhanced</u> Springwater (Ginspring, n.d., Retrieved August, 2000)		คุณศัพท์ enhanced บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็น เครื่องดื่มที่มีคุณค่าเพราะมีส่วนผสมที่ได้จาก ธรรมชาติ นั่นคือสมุนไพรและน้ำพุ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม ตระหนักว่า เครื่องดื่มดังกล่าวมีสรรพคุณเป็นยาและ ให้ความสดชื่นไปพร้อมกันด้วย
93 Herbal Solutions บอกประเภทสินค้า Herbal products for Better health (B.Kennedy, 1999, Retrieved August, 2000.)		คุณศัพท์ herbal บ่งบอกเอกลักษณ์ของสินค้าว่า เป็นสินค้าสมุนไพรเป็นหลัก หรืออีกนัยหนึ่งคือ เว็บไซต์มีสินค้าและข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพร โดยเฉพาะและมีจำนวนมากด้วย

ตารางที่ 7 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นกว่า	คำอธิบาย
3 Do you want to feel <u>BETTER</u> and live <u>HEALTHIER</u> ? Then try Intra. (Extreme tracking, 1998, Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	คุณศัพท์ better และ healthier บ่งบอกถึง สุขภาพกายและสุขภาพใจที่แข็งแรงและดียิ่งกว่า ซึ่งเป็นสิ่งที่คนทั่วไปปรารถนา การใช้คุณศัพท์ทั้งสอง ในประโยคคำถาม ก่อนจะเชิญชวนให้ลองดื่ม เครื่องดื่ม Intra จึงเป็นการบอกเป็นนัยให้รู้ว่า เครื่องดื่มมีสรรพคุณในการเสริมสร้างพละนาถัยและ จิตใจที่เป็นสุขยิ่งกว่าที่เป็นอยู่
4 www.moreenergy.com (More energy, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	การใช้คุณศัพท์ more ขยายคำนาม energy เป็นการบอกประโยชน์ของการใช้สินค้าที่มีอยู่ใน เว็บไซต์ว่าสามารถให้พลังกำลังได้มากกว่า ทั้งนี้เพื่อ สร้างความสนใจของผู้ต้องการเพิ่มกำลังวังชาให้กับ ร่างกายให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต่อไป
5 formulamaster.com Your Online Herbal Store <u>Better Health</u> & Sex with Natural Herbs (Search BC.com, 1998, Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ และเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำคุณศัพท์ better บ่งบอกถึงพลังกำลังที่แข็งแรง ด้วยการบริโภคสินค้าที่โฆษณา
6 Joyful Living.com Making your life <u>More enjoyable</u> (Joyful living, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ more enjoyable บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์ว่าสามารถเพิ่มความสุขสนุกสนานให้ชีวิตได้ เพื่อสร้างความสนใจและให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าเว็บไซต์ เป็นแหล่งรวมความมีชีวิตชีวา
7 Health PLUS CORPORATION Serving a <u>Better</u> Products & <u>Second-to-None</u> Service Since 1995 (PICS international corp., 1995, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ขององค์กร ผู้จำหน่ายสินค้า	สินค้าและการบริการที่ดีเป็นจุดขายที่ได้รับการ หยิบยกมาโฆษณาเพื่อแสดงความเปรียบพร้อม ของสินค้าและของผู้จำหน่ายสินค้า โดยเฉพาะเมื่อใช้ คุณศัพท์ better และ second-to-none เพื่อระบุว่า เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าคุณภาพดีและมีการบริการ ที่ไม่เป็นสองรองใครช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับ ผู้เยี่ยมชมได้ว่าจะได้รับสินค้าและการบริการที่ดีกว่า

ตารางที่ 7 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำคุณศัพท์ชั้นกว่า	คำอธิบาย
8 Herbal Solutions Herbal Products for <u>Better</u> Health (B.Kennedy, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	คุณศัพท์ better บ่งบอกถึงสรรพคุณ ของสินค้าสมุนไพรว่าช่วยให้สุขภาพดียิ่งกว่าเดิมเพื่อ 1) เราให้ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าสมุนไพรไม่เชื่อมั่นใน คุณภาพสินค้าอาหารสมุนไพรที่บริโภคอยู่ แล้วเปลี่ยน มาบริโภคสินค้าจากเว็บไซต์แทน และ 2) เราให้ผู้ที่ไม่ เคยบริโภคสินค้าสมุนไพรเข้าใจว่าสินค้าจากเว็บไซต์ จะช่วยรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงยิ่งขึ้นแล้ว ตัดสินใจซื้อในที่สุด
9 Herb Link Your Link to <u>Better</u> Health (Herb link, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	คุณศัพท์ superior บ่งบอกถึงความเหนือกว่า การใช้คุณศัพท์ superior ขยายกลุ่มคำ Chinese herbs นำมาให้เกิดความเข้าใจว่า สมุนไพรจีนของเว็บไซต์มีสรรพคุณหรือคุณภาพ เหนือกว่าสมุนไพรจีนของเว็บไซต์อื่นเพื่อเราให้ ผู้เยี่ยมชมเลือกซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ดังกล่าวก่อน เลือกซื้อจากเว็บไซต์อื่น
10 <u>SUPERIOR</u> CHINESEHERBS (Superior Chinese herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	คุณศัพท์ better บ่งบอกสรรพคุณสินค้าว่าเป็นอาหาร ที่ให้คุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้ายี่ห้ออื่น และ ผลลัพธ์ของการบริโภคอาหารที่เหมาะสมย่อมดีกว่า ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมสนใจในประโยชน์ของสินค้าแล้ว พิจารณาเลือกซื้อต่อไป
11 Royal BodyCare <u>Better</u> Nutrition for <u>Better</u> Health (Webmaster@rbcglobo.net.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ healthier และ happier บ่งบอก สรรพคุณสินค้าเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชม เลือกซื้อน้ำชาภายในเว็บไซต์แล้วเลือกซื้อต่อไป
12 Welcome to World of Rooibos Herbal For a <u>Healthier</u> & <u>Happier</u> Life (Majus interactive inc., 1999, Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	คุณศัพท์ healthier และ happier บ่งบอก สรรพคุณสินค้าเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชม เลือกซื้อน้ำชาภายในเว็บไซต์แล้วเลือกซื้อต่อไป
13 Watkins <u>Healthier</u> Living Since 1868 Feel <u>Better</u> ...Live <u>Longer</u> ... (Watkins, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักมีคำคุณศัพท์ชั้นกว่าที่บ่งบอกถึงสรรพคุณ ของสินค้ายี่ห้อ Watkins ว่ายังคงมีสรรพคุณดีกว่า สินค้ายี่ห้ออื่นแม้จะมีจำหน่ายมานานกว่า 100 ปีแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจในคุณภาพสินค้า

ตารางที่ 8 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำคุณศัพท์ขั้นสูงสุดเป็นคำดึงดูดใจในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสูงสุด	คำอธิบาย
1 Welcome to Watkins, where you can order the world's <u>best</u> products delivered right to your door (Watkins, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง เอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ best บ่งบอกว่าเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่ดี ที่สุดของโลก ซึ่งเท่ากับบอกผู้เยี่ยมชมว่า บรรดาสินค้าชั้นยอดของโลกได้ถูกรวบรวมมา จำหน่ายผ่านเว็บไซต์แล้ว ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้อง เลือกซื้อสินค้าจากเว็บไซต์อื่นอีก
2 The <u>Finest</u> Organic Herbs, Spices, Medicinals & Gifts Anywhere (Alternatives from nature, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง คุณภาพ สินค้า	คุณศัพท์ finest บ่งบอกสรรพคุณวิเศษและ ความประณีตพิถีพิถันของการปลูก เก็บเกี่ยว คัดสรร และ บรรจุ ก่อนจะมาเป็นสินค้าสมุนไพรที่พร้อม จำหน่าย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าสินค้าที่ โฆษณาเป็นสินค้าคุณภาพดีที่สุดใน
3 SPARK O'HEALTH <u>BEST</u> PRICE AND <u>INTRODUCTORY</u> offer (Web galleries advertising, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง เอกลักษณ์ ของราคาสินค้า ของราคาสินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างว่าเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าใน ราคาที่ต่ำที่สุดและมีข้อเสนอในช่วงแนะนำสินค้าใหม่ แต่ราคาที่ดีที่สุดไม่ได้หมายความว่าป็นราคาขอยอมเยา ดังนั้นคำว่า best และ introductory จึงเป็นการใช้ คุณศัพท์ขยายคำนามเพื่อให้ข้อมูลด้านราคาอย่าง คลุมเครือเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่า เว็บไซต์จำหน่าย สินค้านี้ราคาขอยอมเยา
4 NUTRITIONAL PRODUCTS The <u>best</u> the industry has to offer (Dominion kingsway inc., n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง คุณภาพสินค้า	พาดหัวหลักมีคุณศัพท์ best ทำหน้าที่อวดอ้าง ว่าสินค้านี้หรือ nutritional products เป็นสินค้า ดีที่สุดและความดีที่สุดนี้เป็นระดับมาตรฐานที่ ผู้ผลิตสินค้านรายอื่นจำเป็นต้องทำให้ได้ในระดับ เดียวกันจึงจะถือว่าดีที่สุดทัดเทียมกับ Nutrition Products
5 Green Tea & Black Tea – World's <u>best</u> Beverage (Bonus club co., 1997, Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง คุณภาพสินค้า	การใช้คุณศัพท์ best ในพาดหัวหลักข้างต้นมิได้ใช้ เพื่อเสริมว่าเครื่องดื่มที่โฆษณานั้นดีที่สุด แต่เป็นการ ใช้เพื่อยกย่องว่าชาดำ และชาเขียวเป็นเครื่องดื่มที่ดี ที่สุดในโลก ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าน้ำชาซึ่ง จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ย่อมมีคุณภาพดีที่สุดใน

ตารางที่ 8 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำคุณศัพท์ขั้นสูงสุด	คำอธิบาย
6 Swedish Bodyworks is dedicated to providing the <u>most exotic, highest</u> <u>quality</u> , body and skin fitness products from around the world. (QGM, 1999, Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง คุณภาพสินค้า	คุณศัพท์ <u>most exotic</u> และ <u>highest</u> บ่งบอกถึงความพยายามอย่างยิ่งยวดของผู้จำหน่าย สินค้าที่ได้สรรหาสินค้าคุณภาพดีที่สุดจากทุกมุมโลก มาจำหน่ายเพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชมเชื่อถือในคุณภาพ ของสินค้า
7 Life Plus The <u>Very Finest</u> in Nutritional Supplements (Life plus, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างเอกลักษณ์ ของผู้ผลิต	คุณศัพท์ <u>finest</u> อวดอ้างคุณสมบัติพิเศษ ของผู้ผลิตว่าเป็นผู้รู้ดีที่สุดในเรื่องอาหารเสริมสุขภาพ เพื่อโยงความคิดของผู้เยี่ยมชมไปสู่จุดที่ว่า สินค้าที่ ผลิตโดยผู้รู้ดีที่สุดย่อมจะเช่นสินค้าที่โฆษณาอย่างมี คุณภาพดีที่สุดด้วยเช่นกัน
8 BOS TEA THE <u>HEALTHIEST</u> TEA YOU WILL EVER TRY (Nectar of nature co., n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง สรรพคุณสินค้า	คุณศัพท์ <u>healthiest</u> บ่งบอกความโดดเด่นที่ไม่มีน้ำชา ยี่ห้ออื่นมีสรรพคุณเสมอเหมือน ผนวกกับการใช้ สรรพนาม <u>you</u> เพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าคุณมี ส่วนร่วม ช่วยเราให้ผู้เยี่ยมชมลองชื่อน้ำชา bos tea เพื่อพิสูจน์ความเป็นน้ำชาที่ดีที่สุดด้วยตัวเอง
9 JansHerbs.com Home for the <u>best</u> natural herbal health products (Fourza company graphic design, 1999, Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง เอกลักษณ์เว็บไซต์	คุณศัพท์ <u>best</u> ทำหน้าที่อวดอ้างเอกลักษณ์ของ เว็บไซต์ว่าเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าสมุนไพรบำรุง สุขภาพที่ดีที่สุดเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมสนใจลองซื้อ สินค้า
10 World's <u>Greatest</u> Herbs (World's greatest herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง เอกลักษณ์ ของสินค้า	แม้ว่าจะเป็นการโฆษณาที่เกินจริง แต่คุณศัพท์ <u>greatest</u> ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า เนื่องจาก คุณศัพท์ <u>greatest</u> บ่งบอกความเป็น สมุนไพรที่มีสรรพคุณในการรักษาโรคที่ได้ผลดีที่สุด
11 Sustainability Source .Inc "the <u>most comprehensive</u> source for socially & environmentally screened products and services" (Sustainability source inc., n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง เอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ <u>most comprehensive</u> บ่งบอกความเป็น เว็บไซต์สรรพสินค้าสมบูรณ์แบบที่มี สินค้าที่ผ่านการคัดสรรมาอย่างดีและเป็นแหล่งข้อมูล ที่ครบครันที่สุด เพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมเลือกชมเว็บไซต์ เพื่อประหยัดเวลาในการค้นหาสินค้าจากเว็บไซต์อื่น

ตารางที่ 8 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำคุณศัพท์ขั้นสูงสุด	คำอธิบาย
12 PENN HERB CO.,LTD America's <u>Most Unique</u> Source for Medicinal Herbs and Natural Remedies (Webmaster@pennherb.com, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง เอกลักษณ์ ของเว็บไซต์ และของสินค้า	คุณศัพท์ most unique บ่งบอกถึงความมากมาย ครบครันของสินค้าสมุนไพร ที่มีสรรพคุณเป็นยาที่จำหน่ายผ่านเว็บไซต์เพื่อจูงใจให้ ผู้เยี่ยมชมให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ penherb.com เพียงแห่งเดียว
13 Welcome Herbal tea and natural Remedies from one of the <u>purest</u> places on earth (Herbal tea and natural remedies, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง เอกลักษณ์ ของแหล่ง กำเนิดสินค้า	คุณศัพท์ purest บ่งบอกถึงความเป็นเครื่องดื่ม หายาก มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ราคาแพงเพราะ เป็นเครื่องดื่มที่ได้จากดินแดนที่อยู่ห่างไกลจาก แหล่งมลพิษ คุณศัพท์ purest จึงช่วยเราให้ ผู้เยี่ยมชมหาโอกาสลองชิมเครื่องดื่มที่แสนบริสุทธิ์
14 Creations and More Presents <u>NATURE'S VERY BEST</u> (A special presence web design, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	Nature's very best เป็นชื่อเว็บไซต์ที่บ่งบอกเนื้อหา ภายในเว็บไซต์ว่าเกี่ยวข้องกับสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ โดยมีคุณศัพท์ best เป็นส่วนหนึ่งของชื่อเว็บไซต์เพื่อ ให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าเว็บไซต์บรรจุไว้ด้วยเรื่องราวที่ดี ที่สุดของธรรมชาติ
15 MDV VENTURES INC Simply the <u>Best</u> Herbs, Vitamins, and Minerals At the <u>best</u> prices! (MDV ventures, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้าและ ราคา	คุณศัพท์ best บ่งบอกความเป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุดทั้ง สินค้าและราคา เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึงความคุ้มค่า หากซื้อสินค้าจากเว็บไซต์
16 whittard Over 150 <u>finest</u> specially tea and over 20 coffees. Shipping to many destinations for as little as \$4 Over 100 shops Worldwide. (Whittard, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ finest บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็น เครื่องดื่มที่ดีที่สุดเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจว่าเว็บไซต์ จำหน่ายเครื่องดื่มหลายชนิด หลายราคา และ ล้วนเป็นเครื่องดื่มคุณภาพดีที่สดชื่น
17 Body Wise Giving your Body the <u>Best</u> (S.B. Body wise, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ best บ่งบอกความเป็นเว็บไซต์ที่มอบสิ่งที่ดี ที่สุดให้กับผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชม เลือกชมสินค้าเพื่อจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

ตารางที่ 8 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำคุณศัพท์ขั้นสูงสุด	คำอธิบาย
18 Rooibos First & <u>Finest</u> (Minds eye productions, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ finest บ่งบอกความเป็นน้ำชา rooibos ที่เก่าแก่ดั้งเดิมและคุณภาพดีที่สุดใน ให้ผู้เยี่ยมชมต้องการลองดื่มเครื่องดื่มดังกล่าว
19 Internet Wines and Spirits The <u>Best</u> from Around the World at the World's <u>Best</u> Prices (Internet wines and spirits, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ best บ่งบอกความเป็นเครื่องดื่มที่ดีที่สุดเพื่อ ให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจว่าหากซื้อเครื่องดื่มแล้วจะได้รับ สินค้าคุณภาพดี คู่กับราคาที่จ่ายไป
20 Spring Water + Ginseng Combining Two of Nature's <u>finest</u> Ginspring Ginseng Enhanced Springwater (Ginspring, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ finest ช่วยให้ผู้บริโภคน่าดื่มยิ่งขึ้นเพราะ เป็นคำที่ขยายความว่า ส่วนผสมของเครื่องดื่มนั้น ได้มาจากการรวมสิ่งที่ดีที่สุดของธรรมชาติซึ่งย่อม ทำให้ Ginspring มีความพิเศษกว่าเครื่องดื่มยี่ห้ออื่น
21 Producing World's <u>best</u> Ginseng Products Since 1990 (Producing world's best ginseng products since 1990, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักทำหน้าที่อวดอ้างความเป็นผู้ผลิตโลมที่ดี ที่สุดของโลกมากกว่า 10 ปี เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเชื่อถือใน คุณภาพสินค้าที่เพิ่มขึ้นตามกาลเวลา
22 PotentHerbs Vitamins Warehouse <u>LARGEST</u> SELECTION- <u>LOWEST</u> PRICES (Potentherbs vitamins warehouse, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ largest และ lowest ที่มีความหมาย ตรงข้ามกัน ทำหน้าที่เน้นเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่า เป็นเว็บไซต์จำหน่ายสินค้ามากมายแต่ราคาไม่แพง เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่ต้องการสินค้าราคาถูกยอมเยา เลือกชมสินค้าในเว็บไซต์

ตารางที่ 9 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ค่านามเป็นคำดึงดูดใจในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ค่านาม	คำอธิบาย
1 "Welcome to SJS- Health-Shop Online Store <u>Nutrition, Vitamins, Herbs,</u> <u>Fitness & Weight Loss Products"</u> (Sjs-health-shop, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	การแสดงรายการสินค้าที่จำหน่าย เช่น vitamins, herbs, nutrition บ่งบอกถึงความพร้อมของสินค้าในเว็บไซต์และเป็นจุดดึงดูดความสนใจเพราะเป็นการเสนอตัวเลือกให้กับผู้ที่กำลังมองหาสินค้าบำรุงสุขภาพโดยตรงไปตรงมา
2 THE SODA SHOP Your Online <u>Beverage</u> <u>Source</u> (Phd@popsoda.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	ค่านาม beverage และ source บ่งบอกว่า เว็บไซต์เป็นแหล่งรวมสารพัดเครื่องดื่ม นั่นคือ หากผู้เยี่ยมชมต้องการเลือกซื้อเครื่องดื่ม ผู้เยี่ยมชมเลือกชมดูที่หรือดูเว็บไซต์แล้ว
3 <u>HERB & VITAMIN</u> <u>CENTER</u> (Herb and vitamin center, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักมีความหมายตรงตัวว่าเว็บไซต์เป็นศูนย์รวมวิตามินและสมุนไพร ความชัดเจนของความหมายของค่านามเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอย่างตรงไปตรงมาเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมที่ต้องการสินค้าสมุนไพรเลือกชมสินค้าของเว็บไซต์หลังจากอ่านพาดหัวหลักแล้ว
4 <u>futurechanges.com</u> (Future changes, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	ค่านาม future บ่งบอกถึงสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น หรือ เวลาที่ยังมาไม่ถึง การใช้ค่านาม future และ changes จึงช่วยให้ผู้ที่ต้องการกำหนดอนาคตของตนเองอ่านรายละเอียดในเว็บไซต์เพื่อค้นหาวิธีเปลี่ยนอนาคตให้ดีขึ้นกว่าเดิมและปัจจุบัน
5 Aloe Vera <u>Natural</u> <u>Sports & Health</u> Drinks (Aloe vera natural sport and health drinks, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประโยชน์ และประเภท ของสินค้า	ค่านาม sports และ health และคำคุณศัพท์ natural บ่งบอกถึงความเป็นเครื่องดื่มรันทานทางจะเข้เอนกประสงค์ นั่นคือ ซื้อเครื่องดื่มที่โฆษณาเพียงอย่างเดียวแต่ใช้ได้ 2 โอกาส คือเพื่อดับกระหายจากการเล่นกีฬาและเพื่อบำรุงสุขภาพ
6 A&G Marketing <u>@Sport & Fitness.</u>	บอกประเภทสินค้า และประเภทธุรกิจ	พาดหัวหลักมีค่านามที่บอกประเภทสินค้าและประเภทธุรกิจของเว็บไซต์ นอกจากนั้นกลุ่มค่านาม

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม	คำอธิบาย
<u>@Nutrition, International Business Opportunity</u> <u>@Herbal Supplements</u> <u>@Personal Care</u> <u>@Weight Management</u> (A&G marketing, 2000, Retrieved August, 2000)		ต่างๆยังมีความหมายในเชิงบวกและเป็นประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชมปรารถนา เช่น opportunity หรือ โอกาส บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ของการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ supplement บ่งบอกถึงสิ่งที่เพิ่มเติมบำรุงให้ดีขึ้น หรือ management บ่งบอกถึงความสามารถในการจัดการในฐานะผู้นำหรือผู้มีอำนาจเหนือกว่า คำเหล่านี้ล้วนดึงดูดใจให้ผู้เยี่ยมชมเล็งเห็นประโยชน์ที่บรรจุไว้ในเว็บไซต์
7 <u>Weight Loss is our business</u> (David M. Watess, 1998, Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	กลุ่มคำนาม weight loss สามารถดึงดูดผู้เยี่ยมชมที่ต้องการลดไขมันส่วนเกินให้หยุดอ่านเว็บไซต์ได้ เพราะเป็นคำนามที่บอก ประเภทสินค้าที่จำหน่าย อย่างตรงไปตรงมา
8 <u>Earth's Herbal Products</u> (Earth's herbal products, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของสินค้า	คำนาม earth ในพาดหัวหลักที่ 8 และ 9 บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของสมุนไพรที่จำหน่าย ในเว็บไซต์ว่าเป็นสมุนไพรจากทั่วโลก เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจว่า เว็บไซต์จำหน่ายสมุนไพรหลายร้อยชนิดจนไม่จำเป็นต้องเลือกชมสินค้าประเภทเดียวกันนี้จากเว็บไซต์อื่นอีก
9 <u>Earth's own herb</u> (Earth's own herb, n.d., Retrieved August, 2000)		
10 <u>Herbalistic.com A Natural Approach to Health & Well ness</u> (Herbalistic, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประโยชน์ของเว็บไซต์	คำคุณศัพท์ natural และ คำนาม health และ wellness เป็นคำนามที่บ่งบอกถึงเป้าหมายของการดำรงชีวิตเพื่อเราผู้เยี่ยมชมให้เลือกชมเว็บไซต์ต่อไป เพื่อค้นหาวิถีทางสุขภาพที่ดีที่สุขภาพและร่างกายแข็งแรงตามคำโฆษณา
11 <u>Welcome to the Toddy Shop The Place for Health Through Liquid Supplements</u> (Toddy shop, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	คำนาม supplements ให้ภาพรวมของสินค้าที่บรรจุไว้ในเว็บไซต์แต่มีความหมายชัดเจนว่าสินค้าหลักของเว็บไซต์คือเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพทุกชนิด
12 <u>Diet.com</u> An independent Herbalife distributor	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักเป็นวิธีการใช้คำที่ได้ประโยชน์ 2 ทาง เพราะ คำว่า diet เป็นทั้งชื่อเว็บไซต์และชื่อประเภทสินค้าซึ่งมีความหมายชัดเจนว่าเป็นการ

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม	คำอธิบาย
(Diet, n.d., Retrieved August, 2000)		ลดน้ำหนัก พาดหัวหลัก diet.com จึงเป็นชื่อเว็บไซต์ที่จำง่ายสำหรับผู้ต้องการลดน้ำหนัก
13 “Excellence from Around the World” (Prince of peace enterprises, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการ	คำนาม excellence บ่งบอกถึงความเป็นสินค้าพิเศษและความเป็นเลิศของการให้บริการ คำปรึกษาความสะดวกของการซื้อแลกเปลี่ยนและกิจธุระทุกประเภทที่ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์พึงมีทั้งก่อนและหลังซื้อสินค้าเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจว่าจะได้รับสิ่งที่ดีที่สุดจากเว็บไซต์เสมอ
14 The Millennium Herbs and Vitamins Center [*] Introducing Nature’s Sunshine Products (Millennium herb and vitamins center, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้ายี่ห้อใหม่	คำนาม millennium, herb และ vitamins บ่งบอกถึงความเป็นศูนย์รวมสมุนไพรและวิตามินซึ่งย่อมมีความพร้อมในเรื่องบุคลากร เครื่องจักร เทคโนโลยีและวัตถุดิบ คำนามดังกล่าวจึงช่วยให้สินค้ายี่ห้อ Nature’s Sunshine มีภาพพจน์เป็นสินค้ามีคุณภาพเพราะเป็นสินค้าที่ได้รับการแนะนำโดยองค์กรที่เป็นศูนย์รวมสมุนไพรโดยเฉพาะ
15 Malestis BEVERAGE “Leading the industry with quality products, teamwork and customer satisfaction” (Compatible computers, 1998, Retrieved August, 2000)	สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและบริการ	การกล่าวอ้างถึงมาตรฐานด้านการดำเนินงานหรือปณิธานขององค์กรผู้ผลิตสินค้าด้วย คำนาม quality products, teamwork และ customer satisfaction เป็นการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้เยี่ยมชมว่าจะได้รับความพอใจสูงสุดหากซื้อสินค้าจากเว็บไซต์เพราะองค์กรมีระบบและเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน
16 herbal-tonics.com (Herbal tonics, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	herbal-tonics เป็นคำนามที่มีความหมายชัดเจนในตัวเองว่า คือเครื่องดื่มที่ช่วยเพิ่มกำลังวังชา หลังการทำงานที่แสนเหนื่อยล้า herbal-tonic จึงเป็นคำนามที่บอกทั้งประเภทและสรรพคุณสินค้าได้โดยไม่ต้องมีคุณสมบัติขยายความหมาย
17 CREEKSIDE HERB FARM (Creekside herb farm, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของแหล่งผลิตสินค้า	creekside และ herb เป็นคำนามที่ให้ความหมายไวส์สมุนไพรใกล้ธารน้ำซึ่งจะทำให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าสมุนไพรที่จำหน่ายในเว็บไซต์สะอาด ไม่มียาฆ่าแมลงเพราะเป็นสมุนไพรจากไร่ที่อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม	คำอธิบาย
18 HealthfromNature.com (Health from nature, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คำนาม health บ่งบอกถึงสุขภาพพลานามัยที่หาได้จากธรรมชาติซึ่งย่อมบริสุทธิ์ ไม่มีสารเคมี ไม่มีค่าใช้จ่าย คำนามดังกล่าวจึงช่วยสร้างความสนใจของผู้ที่ต้องการรักษาสุขภาพด้วยวิธีธรรมชาติ ให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต่อไป
19 DISCOVER THE MANY HEALTH BENEFITS OF HAWAIIAN NONI (Authentic Hawaiian noni juice & tea, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	คำนาม benefit หรือประโยชน์เป็นสิ่งที่ผู้คนต้องการเมื่อนำมาใช้ร่วมกับคำนาม health หรือ สุขภาพ ความแข็งแรง ยิ่งทำให้ประโยชน์นั้นน่าครอบครอง เป็นเจ้าของมากขึ้น คำนาม health และ benefit จึงทำให้เครื่องดื่ม Hawaii Noni น่าดื่มยิ่งขึ้น
20 Improve your quality of life with AIM herbs & whole food concentrates (Improve your quality of life with AIM, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	การยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้นเป็นเป้าหมายอย่างหนึ่งของการดำรงชีวิต การใช้คำนาม quality และ concentrate จึงช่วยให้ผู้เยี่ยมชมอ่านข้อความโฆษณาหรือลงใช้สินค้าซึ่งเป็นอาหารที่อุดมด้วยสารอาหารเพื่อให้เกิดผลดีต่อชีวิตตามที่โฆษณา
21 Health & Beauty Through intelligent nutrition (Health & beauty through intelligent nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกผลลัพธ์ของการใช้สินค้า	คำนาม health และ beauty หรือความแข็งแรงและความสวยเป็นสิ่งที่ผู้เยี่ยมชมปรารถนา การใช้คำนามทั้งสองช่วยให้เกิดความเข้าใจว่าเว็บไซต์บรรจุไว้ด้วยความงามทั้งภายในและภายนอกร่างกาย อันจะทำให้ผู้ที่กำลังมองหาสินค้าที่มีสรรพคุณดังกล่าวอ่านรายละเอียดต่อไป
22 HEALTHCARE HERB SHOP (Health care herb shop, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงสรรพคุณสินค้า	คำนาม healthcare และ herb ทำให้สินค้าสมุนไพรของเว็บไซต์มีความพิเศษต่างจากสินค้าของเว็บไซต์อื่น เพราะเป็นการเจาะจงประเภท และสรรพคุณสินค้าว่าเป็นสินค้าสมุนไพรบำรุงสุขภาพ ดังนั้น พาดหัวหลักข้างต้นจึงเป็นการให้ข้อมูลโดยรวมของเว็บไซต์อย่างตรงไปตรงมาเพื่อความสะดวกของผู้เยี่ยมชม
23 Plum Flower Brand Liquid Herbal Extract (Webmaster@healthymagnets, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของเครื่องดื่ม	คำนาม plum flower ทำให้เกิดความเข้าใจว่าเครื่องดื่มที่โฆษณาสกัดจากดอกไม้ ดังนั้น การใช้คำดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในพาดหัวหลัก จึงเป็นการเน้นหรือแนะนำชื่อยี่ห้อสินค้าและเป็นการ

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม	คำอธิบาย
		บอกเอกลักษณ์ของสินค้าว่าเป็นเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีกลิ่นหอม สีสวยที่ได้จากดอกไม้ตามธรรมชาติเพื่อให้เครื่องดื่มน่าดื่มยิ่งขึ้น
24 www.Herb-Health-Life.com (Herb health life, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักมีการใช้คำนาม 3 คำรวมเป็นคำเดียวกันด้วยเครื่องหมายยัติภังค์ (hyphen) เพื่อบ่งบอกความสัมพันธ์ที่ต้องพึ่งพากันระหว่างสมุนไพร สุขภาพ และชีวิต เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าคุณสมุนไพรเป็นสิ่งจำเป็นที่จะขาดเสียมิได้สำหรับสุขภาพและการดำรงชีวิต
25 Tea & Herb Essence (Laureen Grenus, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของสินค้า	คำนาม essence บอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้า (tea และ herb) ว่าเป็นชาและสมุนไพรที่เข้มข้นและครบเครื่องเพื่อให้สินค้านี้ดั่งกล่าวนำรับประทานเพราะมีลักษณะพิเศษว่าสินค้าทั่วไป
26 Weight Management (Rheaco.bizland, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	คำนาม management บ่งบอกถึงความสามารถในการจัดการหรือควบคุมหรือการมีอำนาจเหนือกว่าในกระบวนการบางอย่างใดอย่างหนึ่ง เมื่อใช้คำนาม weight management เป็นพาดหัวหลัก จึงเป็นการระบุประเภทสินค้าอย่างตรงไปตรงมาและเป็นวิธีทำให้ผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักเข้าใจว่า เว็บไซต์มีวิธีลดน้ำหนักให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้
27 Welcome to the Health Source International Homepage (Health source international, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	คำนาม health และ source ให้ข้อมูลแก่ผู้เยี่ยมชมอย่างชัดเจนว่าเว็บไซต์เป็นศูนย์รวมเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ
28 D&J'S Herbs & Nutrition (D&J herbs & nutrition inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	คำนาม herb และ nutrition เป็นคำนามที่ดึงดูดใจเพราะสมุนไพรบ่งบอกถึงพืชที่มีสรรพคุณในการรักษาโรค ส่วนโภชนาการบ่งบอกถึงการบริโภคอาหารครบหมวดหมู่และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย คำนามทั้งสองจึงบอกถึงประเภทและสรรพคุณสินค้าได้อย่างตรงไปตรงมาโดยมีต้องมีคำคุณศัพท์ขยายความ

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม	คำอธิบาย
29 <u>VITAMINS.COM</u> (Vitamins, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท สินค้า	พาดหัวหลักมีคำ นาม vitamins ซึ่งเป็นคำที่บอกประเภทสินค้าของเว็บไซต์เป็นคำดึงดูดใจเนื่องจาก คำว่า vitamins บ่งบอกถึง คุณค่าทางอาหารที่มีอยู่ในอาหาร เครื่องดื่มและยา ดังนั้นพาดหัวหลักจึงเป็นทั้งชื่อเว็บไซต์และชื่อประเภทสินค้าที่กระชับ ตรงไปตรงมาและจำง่าย
30 Welcome... to <u>Elixir</u> (Elixir, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท สินค้า	คำนาม elixir มีความหมายว่า ยาอายุวัฒนะหรือยารักษาโรค ดังนั้น คำนาม elixir เพียงคำเดียวจึงทำหน้าที่บอกประเภทและสรรพคุณสินค้าซึ่งช่วยสร้างความสนใจของผู้ปรารถนาจะมีอายุยืนยาวให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต่อไป
31 <u>DietWeb</u> <u>DietWeb</u> <u>DietWeb</u> <u>DietWeb</u> <u>DietWeb</u> <u>DietWeb</u> <u>DietWeb</u> (Diet web, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	คำนาม diet บ่งบอกประเภทสินค้าของเว็บไซต์อย่างตรงไปตรงมาเพื่อหยุดผู้ต้องการลดน้ำหนักให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ทันที
32 Welcome to <u>NutritionForHealth.com</u> Independent Distributor of <u>Nutrition For Life Products</u> (Nutrition for health, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	คำนาม nutrition บ่งบอกประเภทสินค้าหลักของเว็บไซต์เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้ได้ทันทีว่าสินค้าที่จำหน่ายเป็นอาหารที่มีความพิเศษตรงที่เป็นอาหารที่ถูกหลักโภชนาการและมีประโยชน์ต่อร่างกาย
33 Welcome to Our Homepage! <u>WonderDiet</u> <u>WonderSkinCare</u> <u>WonderWorkAtHome</u> (Wonder diet, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำนาม wonder บ่งบอกถึงความอัศจรรย์ของสินค้าเพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชมต้องการซื้อสินค้าเพราะความอัศจรรย์สามารถบันดาลให้สิ่งที่เป็นไปไม่ได้ให้เกิดขึ้นได้ เช่น การลดน้ำหนักที่เคยล้มเหลวกลับประสบความสำเร็จ
34 <u>EARNEST AND</u> <u>SAM'S NUTRITION &</u> <u>CLEANING</u> (Earnest & Sam's nutrition & cleaning, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	พาดหัวหลักระบุประเภทสินค้าด้วยคำนาม nutrition และ cleaning เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้ได้ทันทีว่า เว็บไซต์จำหน่ายอาหารที่ถูกหลักโภชนาการและถูกอนามัยเป็นหลัก ซึ่งนั่นหมายถึงเว็บไซต์มีความชำนาญด้านสินค้านี้ดังกล่าวดังกล่าวโดยเฉพาะ

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม	คำอธิบาย
35 <u>Dream Ship</u> Coffee, Tea & <u>Treasures...</u> (Dream ship, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์เว็บไซต์	คำนาม ship เป็นสัญลักษณ์ของการค้าและการขนส่งระหว่างดินแดนที่อยู่ห่างไกลกัน การใช้คำนาม dream, ship และ treasure จึงบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่สามารถเข้าถึงผู้ต้องการซื้อสินค้าได้ทั่วทุกมุมโลกและยังเป็นเว็บไซต์ที่น่าสั่งมีค่ามาสู่ผู้เยี่ยมชมด้วย
36 Anne W. McAlister's THE AIM COMPANIES "Improving Quality of Life" (The AIM companies, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า และองค์กร	คำนาม improving และ กลุ่มคำนาม quality of life ซึ่งบ่งบอกเป้าหมายการทำงานของเว็บไซต์ว่าเพื่อการปรับปรุงคุณภาพชีวิตทำให้สินค้าของบริษัท AIM มีเอกลักษณ์และน่าเลือกชมเพราะเป็นการระบุแนวทางการทำงานขององค์กรว่ายึดผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นที่ตั้ง
37 Phit Happens <u>Your Partner in Health</u> and <u>Fitness</u> (Phit happens, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์เว็บไซต์	คำนาม partner, health และ fitness ระบุเอกลักษณ์เว็บไซต์ว่าเป็นเพื่อนคู่คิด มีตรรกะที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรง ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้เยี่ยมชมว่าจะได้รับการบริการและดูแลอย่างใกล้ชิด
38 <u>House of Nutrition</u> (House of nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์เว็บไซต์	พาดหัวหลักทำหน้าที่เปรียบเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือนทำเนียบแห่งโภชนาการด้วยคำนาม house และ nutrition เพื่อให้เกิดภาพของอาคารอันโอ้อาที่สะดวกสบายและพร้อมด้วยอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ
39 Sportron International Inc. <u>Your RoadMap to</u> <u>Wellness and Beyond!</u> (Sportron international inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ขององค์กร	พาดหัวหลักทำหน้าที่เปรียบเทียบบริษัท Sportron ว่าเป็นเสมือนแผนที่นำทางไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วยคำนาม roadmap, wellness และ beyond เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเล็งเห็นเอกลักษณ์ขององค์กรว่าเป็นองค์กรสำคัญที่จะขาดเสียมิได้สำหรับการสร้างความกินดีอยู่ดี
40 Nature's Sunshine Products <u>Quality to Change a Life</u>	บอกเอกลักษณ์ ขององค์กร	พาดหัวหลักทำหน้าที่แนะนำเป้าหมายของ Nature's Sunshine Products ซึ่งเป็นชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้าสมุนไพร ว่าเป็นองค์กรที่ผลิตสินค้าเพื่อการ

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม	คำอธิบาย
(Nature's sunshine products, n.d., Retrieved August, 2000)		ปรับเปลี่ยนชีวิตโดยการใช้คำนาม quality ทั้งนี้เพื่อให้ เกิดความเข้าใจว่า องค์การดังกล่าวให้ความสำคัญกับ คุณภาพและผู้เยี่ยมชมหรือผู้บริโภคเป็นอันดับแรก และย่อมผลิตสินค้าคุณภาพดีเพื่อผู้บริโภคเสมอ
41 Simpson & Vail <u>Quality Teas & Coffees</u> Since 1929 (Evolving systems inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำนาม quality บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นชา กาแฟมีคุณภาพเพื่อให้สินค้าดังกล่าวน่าซื้อหากว่า สินค้าจากเว็บไซต์อื่น
42 Welcome to Evitality (WMI, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	ตัวอักษร e ในบริบทของการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นตัวอักษรตัวแรกของคำ ว่า electronic หมายถึงสิ่งที่กระทำผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail หรือ e-mail) เมื่อนำมาใช้ร่วมกับคำนาม vitality หรือความมี ชีวิตชีวา จึงสื่อความหมายว่าเว็บไซต์ดังกล่าวมีเอกลักษณ์ตรงที่ เป็นเว็บไซต์แห่งความมีชีวิตชีวาที่หาได้ผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตซึ่งจะเร้าผู้เยี่ยมชมที่ต้องการความกระชุ่มกระชวย ให้เยี่ยมชมต่อไป
43 WELCOME TO <u>HEAVEN-SENT</u> (Heaven sent, n.d., Retrieved August, 2000)	เร้าความสนใจ	Heaven Sent เป็นชื่อยี่ห้อสินค้าที่บ่งบอกถึง ความเป็นสินค้าที่เป็นของกำนัลจากสวรรค์ เมื่อนำมา เป็นส่วนหนึ่งของพาดหัวหลักจึงสามารถเร้าให้ ผู้เยี่ยมชมเลือกชมเว็บไซต์เนื่องจากเข้าใจว่าสินค้าใน เว็บไซต์เป็นสินค้าหายากและมีสรรพคุณพิเศษ

ตารางที่ 10 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำนามและคำคุณศัพท์ทุกชั้นการเปรียบเทียบเป็น
คำดึงดูดใจในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
1 STRAND Tea Company <u>Delicious Teas for Home</u>	บอกเอกลักษณ์ และประโยชน์	คุณศัพท์ delicious และคำนาม home และ office บ่งบอกเอกลักษณ์ของสินค้าด้านรสชาติว่าเป็นน้ำชา

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
or Office (Insight digital imagery, n.d., Retrieved August, 2000)	ของสินค้า	รสอร่อย และด้านประโยชน์ใช้สอยว่าเป็นน้ำชาที่ดื่ม ได้ทั้งที่บ้านและที่ทำงาน การบอกเอกลักษณ์ 2 ด้าน ด้วยคำ 2 ประเภททำให้น้ำชาน่าซื้อหามาบริโภค
2 The Most Ideal Beverage For Health, Strength & Vitality (Matex jack overseas marketing promotion, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างเอกลักษณ์ และสรรพคุณ ของสินค้า	คุณศัพท์ most ideal อวดอ้างสรรพคุณสินค้า ส่วนคำนาม health, strength และ vitality คือ ประโยชน์หรือผลลัพธ์ของการดื่มเครื่องดื่ม เมื่อ นำมาใช้ร่วมกัน พาดหัวหลักจึงบ่งบอกถึง เครื่องดื่มคุณภาพดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพ
3 Sunrise Herb Shoppe Natural Health Supplements BodyMind Balance (Sunrise herb shoppe, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ และสรรพคุณ ของสินค้า	คุณศัพท์ natural บ่งบอกลักษณะสินค้าว่าเป็นสาร สกัดธรรมชาติ ส่วนคำนาม bodymind for balance บอกสรรพคุณของสินค้าในการเพิ่มสมดุล ของกายและใจ พาดหัวหลักจึงเป็นตัวอย่างของการ ใช้คุณศัพท์เพื่อบอกประเภทสินค้าและการใช้คำนาม เพื่อบอกเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชม ต้องการใช้สินค้า
4 Your road to nutrition success begins here ! You will lose weight in record time and never gain it back! –AND- You will live healthier with many of our nutritional products ! (Your road to nutrition success begins here, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประโยชน์ ของการใช้สินค้า	คำนามและคำคุณศัพท์ในพาดหัวหลักบอกผลลัพธ์ ที่น่าพึงพอใจหรือประโยชน์ของสินค้าเพื่อเร้าให้ ผู้เยี่ยมชมเชื่อถือในคุณภาพและ ต้องการใช้สินค้า
5 Lewtress Millennium High Potency Health Giving Elixirs Developed by Mother Nature and refined by us. (High potency kombucha, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณ ของสินค้า	ความหมายของ elixirs คือ ยาอายุวัฒนะ เมื่อนำมา ใช้ร่วมกับคำนามและคำคุณศัพท์ high, potency และ health giving จึงเป็นการย้าสรรพคุณของความ เป็นยาวิเศษของสินค้าให้ชัดเจนขึ้น

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
6 VooDooRain Enter the mystical home Of VooDooRain, a place of <u>Enchantment</u> and the <u>mystical</u> source of herbally <u>enhanced</u> juice and tea refreshment...	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์และคำนามทำให้เว็บไซต์น่าเยี่ยมชม เมื่อคำทั้งสองบ่งบอกและขยายความว่าเว็บไซต์ เป็นสถานที่แห่งความสุขที่ลึกลับ
(Voodoo rain, n.d., Retrieved August, 2000)		
7 Welcome to BNG Enterprises makers of <u>HERBAL CLEAN</u> ® and <u>natural treasures</u> ® (BNG enterprises, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำเครื่องหมาย การค้าหรือยี่ห้อสินค้า	คำดึงดูดใจในพาดหัวหลักข้างต้นเป็นกลุ่มคำนาม และคำคุณศัพท์ซึ่งเป็นชื่อยี่ห้อสินค้า โดยกลุ่มคำ Herbal Clean บ่งบอกถึงสินค้าสมุนไพรที่สกัดอย่าง สะอาด และ Natural Treasures บ่งบอกถึงชุมทรัพย์ อันล้ำค่าจากธรรมชาติ ดังนั้น กลุ่มคำทั้งสองจึงเป็น คำสำคัญที่ช่วยในการคาดเดาประเภทสินค้าและช่วย ให้เข้าใจได้ว่าสิ่งที่โฆษณาคือสินค้าที่ให้ประโยชน์แก่ ร่างกาย
8 POOLRIDGE <u>HERBAL WELLNESS TONIC</u> herbal TEA (Poolridge herbal wellness tonic herbal tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักระบุว่ามีน้ำชาสมุนไพรยี่ห้อ Poolridge มีสรรพคุณเป็นยาบำรุงกำลังด้วยคุณศัพท์ herbal และคำนาม wellness เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเล็งเห็น สรรพคุณของเครื่องดื่มว่าสามารถขจัดบำบัดอาการ เจ็บป่วยได้
9 <u>Total Fitness Nutrition</u> For Your <u>Health</u> (Total fitness nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประโยชน์ ของสินค้า	คำนาม fitness, nutrition และ health และคุณศัพท์ total บ่งบอกถึง การได้รับประโยชน์จากอาหารว่ามีใช้ เพียงบางส่วนหรือครึ่ง ๆ กลาง ๆ แต่ได้รับ อย่างเต็มที่ และด้วยการระบุประโยชน์ที่พึงได้รับอย่าง ครบถ้วนนี้เองที่ช่วยให้ผู้เยี่ยมชมยินดีเป็นลูกค้าของ เว็บไซต์เพื่อให้ได้รับประโยชน์เรื่อยไป
10 <u>Impressive</u> Products Aloe <u>Health</u> Drink (Company web master, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักระบุสรรพคุณสินค้าอย่างตรงไปตรงมา ด้วยการใช้คุณศัพท์ healthy และคำนาม health บอกสรรพคุณของเครื่องดื่มว่าช่วยเสริมเพิ่มพลังงาน

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
11 Anything <u>Herbal</u> Can Be Found Here! <u>Herbs</u> , Herbal Medicine <u>Herbs & Spices</u> , <u>Cosmetics</u> , <u>Tea</u> ... (Sunriz herb co., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า ของสินค้า	การระบุประเภทสินค้าด้วยคำนาม herb, tea medicine cosmetics และ spices และคำคุณศัพท์ herbal เน้นย้ำความเป็นเว็บไซต์สรรพสินค้าสมุนไพรที่ จัดเตรียมไว้ให้เลือกสรรมากมาย
12 Welcome to Doctors <u>Health Supply</u> Your <u>HEALTH AND WELLNESS</u> CENTER <u>Alternative</u> Health Products & information (Doctors health supply, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภท และเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม health, wellness และ คำคุณศัพท์ alternative บ่งบอกประเภทและเอกลักษณ์สินค้าว่า เป็นทางเลือกใหม่ของการบริโภคอาหารและชาวดาว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมว่าสินค้าของเว็บไซต์มีความ แปลก แตกต่างจากเว็บไซต์อื่น
13 DO YOU WANT YOUR <u>HEALTH</u> ? (KOREAN ORIGINAL) (Korean ginseng corp., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ Korean ช่วยให้ผู้เยี่ยมชมคาดเดาได้ว่า สินค้าที่จำหน่ายมีต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลี และ สินค้าชื่อดังของเกาหลีคือ โสม ผนวกกับมีคำนาม health จึงช่วยในการคาดเดาว่าสินค้าที่จําหน่ายใน เว็บไซต์เป็นสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพจากประเทศเกาหลี
14 <u>Finest Quality Medicinal</u> <u>Herbs from the Rainforest</u> of <u>Paraguay</u> (UAI inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	ปารากวัย (Paraguay) เป็นประเทศในทวีปอเมริกาใต้ ที่ไม่มีอาณาเขตติดทะเล ส่งผลให้การคมนาคม ติดต่อกับโลกภายนอกไม่สะดวกและไม่คุ้มค่ากับการ หักล้างถางป่าเพื่อการอุตสาหกรรม ผืนป่าใน ปารากวัยจึงยังคงความอุดมสมบูรณ์ การใช้ชื่อ ประเทศดังกล่าวร่วมกับคำนาม rainforest และ quality, คำคุณศัพท์ finest และ medicinal จึง เจาะจงเอกลักษณ์สินค้าเพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าเป็น สินค้าสมุนไพรจากป่าดงดิบ หายากและมีสรรพคุณที่ สินค้าสมุนไพรทั่วไปไม่มี
15 ONEONONE <u>NUTRITION</u> GET THE <u>FACTS</u> , GET THE <u>FUEL</u> .	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำนาม nutrition, facts และ fuel และคำคุณศัพท์ fit ทำหน้าที่บอกประเภทและเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็น ข้อมูลและอาหารที่ถูกหลักโภชนาการและสร้างความ แข็งแกร่งให้กับร่างกายเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
GET FIT. (Oneonone nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)		ต่อไปเพื่อให้ได้รับประโยชน์ดังกล่าว
16 Welcome to <u>Herbs Herbals</u> ! My name is <u>Herb</u> and I'm here to teach you all there is to know about <u>herbs</u> and <u>herbal</u> remedies. (Herbs herbals, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คำนาม herb และ คุณศัพท์ herbal บ่งบอก เอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้า สมุนไพรเป็นหลัก หรืออีกนัยหนึ่งคือเว็บไซต์ที่มีสินค้า และข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรโดยเฉพาะและมี จำนวนมากด้วย
17 HealthLand Supplies Ltd. <u>Quality Chinese Ginseng &</u> Herbs (Healthland supplies Ltd., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม quality และคำคุณศัพท์ Chinese บ่งบอก เอกลักษณ์ด้านมาตรฐานของแหล่งกำเนิดสินค้าว่า เป็นสินค้าสมุนไพรคุณภาพดีของชาวจีนเพื่อให้สินค้า น่าเชื่อถือยิ่งขึ้นเนื่องจากผู้เยี่ยมชมความเข้าใจว่า สินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าชั้นดีจากเมืองจีน
18 EXPLORE <u>CHINESE</u> <u>SECRETS TO VITALITY</u> (Explore Chinese secrets to vitality, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม vitality และคำคุณศัพท์ Chinese ช่วยให้ เรื่องราวในเว็บไซต์เป็นความลับที่น่าค้นหาเพราะเป็น คำที่บ่งบอกถึงความลับเพื่อการสร้างความสุขและ รักษาชีวิตให้ยืนยาวของชนชาติจีนซึ่งได้ชื่อว่าเป็นผู้ให้ กำเนิดยาแผนโบราณไว้เมื่อ 200 ปีก่อนคริสตกาล
19 PRIME SOURCE OF <u>QUALITY CHINA TEA,</u> <u>GINSENG & HEALTH FOOD</u> (Prime source of quality China tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้าและ ของเว็บไซต์	คำนาม China, quality และ health บ่งบอกแหล่ง กำเนิดสินค้าว่ามาจากประเทศจีนที่มีชื่อเสียงว่าเป็น แหล่งปลูกสมุนไพรบำรุงร่างกายคุณภาพดีเพื่อให้เกิด ความเข้าใจว่าสินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพดี ผนวกกับ การใช้คำคุณศัพท์ prime ยังช่วยเน้นเอกลักษณ์ของ เว็บไซต์ว่าเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าบำรุงสุขภาพ คุณภาพดีแหล่งใหญ่
20 <u>Herbal100.com</u> <u>Herbal Heaven</u> (Wynning publication herbal100, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	การใช้คำสัมผัสอักษร /h/ ในคำนาม herb และ heaven และคำคุณศัพท์ herbal ที่บอกประเภทสินค้า ช่วยเน้นย้ำเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์ที่ บริหารด้วยสมุนไพรนานาพันธุ์และเป็นสมุนไพรที่มี

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
		สรรพคุณวิเศษราวกับเป็นสมุนไพรรจากสวรรค์สมกับคำโฆษณาที่เต็มไปด้วยตัวอักษร h และคำนาม heaven
21 <u>Heritage Aloe Essence</u> <u>An Ancient Herbal Healer</u> (The success for life group, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของสินค้า	คุณศัพท์ ancient และ herbal และคำนาม heritage บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นว่าสินค้าสมุนไพรมีเป็นมรดกตกทอดมาแต่โบราณ หรืออีกนัยหนึ่งเป็นวิธีการรักษาโรคของคนโบราณยอมให้ได้ผลเป็นที่ยอมรับจนได้รับการบอกต่อมายังคนยุคปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือนั่นเอง
22 <u>Sweevia Single Serving Packets</u> <u>Pure Natural Herbal Extract</u> (At-stevia inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของสินค้า	คำนาม serving, packets และคำคุณศัพท์ single, pure, natural และ herbal ซึ่งมีการเล่นเสียงสัมผัสอักษร /s/, /p/ และ /e/ / ทำหน้าที่ขยายคำนาม extract เพื่อให้เอกลักษณ์สินค้าน่าสนใจและจำง่าย
23 <u>Happy healthy & wealthy Achieve Physical, Mental & Financial Well-Being</u> (Happy healthy and wealthy, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประโยชน์ของสินค้า	คำคุณศัพท์ happy, physical, mental, financial, healthy และ wealthy และคำนาม well-being บ่งบอกประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชมพึงได้รับจากการจำหน่ายหรือบริโภคสินค้า ทั้งนี้เพื่อสร้างความสนใจของผู้เยี่ยมชมให้อ่านรายละเอียดต่อไป
24 <u>SNOW DEER We are established manufacturer, distributor and exporter of natural health organic food & beverage and other related products.</u> (Asia electronic publication, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของผู้ผลิตและของสินค้า	คำคุณศัพท์ established, natural, และ organic และคำนาม health บ่งบอกเอกลักษณ์ของผู้ผลิตและของสินค้าว่าเป็นสินค้าบำรุงสุขภาพที่ผลิตจากพืชพันธุ์ธรรมชาติที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมีโดยผลิตโดยองค์กรที่ก่อตั้งมานานแล้ว ทั้งนี้เพื่อทำให้สินค้าที่จำหน่าย น่าเชื่อถือและน่าบริโภคกว่าสินค้าทั่วไป
25 Rita Louise <u>Body, Mind & Soul Healer</u> <u>An Alternative Approach to Health</u>	บอกเอกลักษณ์ของสินค้า	คำคุณศัพท์ alternative และ คำนาม health บ่งบอกเอกลักษณ์ของการให้บริการของเว็บไซต์เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้เว็บไซต์เป็นทางเลือกใหม่สำหรับการรักษาสุขภาพให้แข็งแรง

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
(Body, mind and soul healer, n.d., Retrieved August, 2000)		
26 DaKara Kies Company <u>Holistic Products For Health</u> (Webmistress W.Lloyd, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักระบุเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นสินค้าบำรุง รักษาสุขภาพแบบองค์รวมด้วยคำคุณศัพท์ holistic และ คำนาม health เพื่อให้สินค้าที่จำหน่าย แตกต่างจากสินค้าบำรุงสุขภาพทั่วไป
27 Life is not a dress rehearsal <u>Enriching your quality of life</u> through good nutrition is Herbalife 's whole focus. (Scoot.com plc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม enriching, quality และ nutrition และ คำคุณศัพท์ good บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็น โภชนาการอย่างดีที่ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตทั้งนี้เพื่อให้ สินค้ายี่ห้อ Herbalife น่าซื้อหากว่าสินค้ายี่ห้ออื่น เพราะเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยมุ่งมั่นที่จะบำรุงสุขภาพ ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ
28 Herbal Lane <u>NATURAL ALTERNATIVES</u> FOR LIFE (The creators of cruising America, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม alternative และ คำคุณศัพท์ natural บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นทางเลือกตามวิธี ธรรมชาติเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักว่า Herbal lane เป็นทางเลือกใหม่เพื่อการมีสุขภาพดี
29 intra® <u>A herbal concentrate</u> of 23 herbs and roots in a base of apple/pear juice, created by world <u>pharmacognosist</u> (Intra®, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักระบุเอกลักษณ์ของส่วนผสมและของ ผู้ดูแลการผลิตเครื่องดื่มด้วยคำคุณศัพท์ herbal , และคำนาม concentrate และ pharmacognosist เพื่อให้เครื่องดื่มน่าดื่มเพราะเป็นน้ำสมุนไพรเข้มข้นที่ มีผู้เชี่ยวชาญด้านยาโดยเฉพาะเป็นผู้ดูแลการผลิต
30 Easyway nutritionally smart <u>EZ Health</u> for you (Eazyway nutritionally smart, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม smart และ health และคำคุณศัพท์ easy ทำ ให้สินค้าน่าซื้อยิ่งขึ้นเพราะเป็นคำที่บ่งบอกถึงการ บริโภคอย่างฉลาดด้วยวิธีง่ายๆ เอกลักษณ์ทั้งสอง ของสินค้าจึงทำหน้าที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมที่ต้องการรักษา สุขภาพด้วยวิธีที่ไม่ยุ่งยากสนใจเลือกชมสินค้าต่อไป

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
31 Bindi's skin care products and <u>nutritional</u> supplements employ the 5,000 years <u>old science of Ayurveda</u> to bring out your inner <u>health and beauty</u> (Pratima, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักระบุเอกลักษณ์สินค้าด้วยคำคุณศัพท์ old, nutritional และคำนาม science of Ayurveda, พร้อมกับระบุผลลัพธ์ของการใช้สินค้าด้วยคำนาม health และ beauty เพื่อให้สินค้ามีคุณลักษณะพิเศษที่ต่างจากสินค้านี้อื่นและน่าซื้อหายิ่งขึ้น
32 Yerba mate <u>herbal</u> tea - a <u>healthy alternative</u> (Yerba mate herbal tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม alternative และคำคุณศัพท์ herbal, healthy และ healthful ทำหน้าที่บอกเอกลักษณ์ของเครื่องดื่มว่าเป็นทางเลือกเพื่อการมีสุขภาพดีเพราะเป็นเครื่องดื่มที่ผลิตจากใบชาที่มีสรรพคุณบำรุงร่างกาย
33 GUAYAKI YERBA MATE A <u>healthful alternative</u> to coffee (New image technologies, 2000, Retrieved August, 2000)		
34 Yu-ccan <u>Herbal</u> Drink making a <u>difference!</u> (Yu-ccan herbal drink, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำนาม difference และคำคุณศัพท์ herbal ทำหน้าที่เจาะจงเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีความแตกต่าง ไม่เหมือนเครื่องดื่มยี่ห้ออื่น เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักชนิดและลักษณะเฉพาะดังกล่าว
35 Natura <u>High Quality</u> <u>Natural</u> Products (Natura, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ high และ natural และคำนาม quality บ่งบอกเอกลักษณ์ด้านคุณภาพและประเภทของสินค้าเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจว่าจะได้รับสินค้าผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติคุณภาพดีและคุ้มค่าหากบริโภค
36 Welcome to the Absolute Wellness Online Store, where you'll find the <u>most effective</u> Diet, Weight Loss and Weight Management System,	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คุณศัพท์ most effective, complete, anti oxidant bio-nutritional และ entire และ คำนาม health และ well being บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าเพื่อให้สินค้ามีลักษณะพิเศษ แตกต่างและน่าซื้อหา ยิ่งกว่าสินค้าบำรุงสุขภาพทั่วไปเพราะเป็นคำที่เจาะจงสรรพคุณอันเป็นประโยชน์ต่อร่างกายผู้เยี่ยมชมซึ่งจะทำให้

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
Additionally, we offer the <u>complete</u> line of <u>Anti-Oxidant</u> vitamins and <u>Bio-Nutritional</u> Therapy products for the overall <u>health</u> and <u>well-being</u> of Your <u>Entire</u> Body. (Absolute wellness store, n.d., Retrieved August, 2000)		ผู้เยี่ยมชมพึงพอใจและต้องการลองให้สินค้า
37 Mount Spring International Corp. <u>Specialty in Chinese</u> <u>natural health</u> products (Webmanagehosting.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำนาม specialty และ health และคำคุณศัพท์ Chinese และ natural บ่งบอกประเภทและต้นกำเนิดสินค้าว่าเป็นสินค้าสมุนไพรธรรมชาติจากประเทศจีนซึ่งเป็นที่รู้จักในนามของประเทศที่มีความชำนาญด้านสมุนไพร การใช้คำดังกล่าวจึงช่วยให้สินค้าที่โฆษณา มีคุณภาพน่าเชื่อถือ
38 TROPIC JUICES all Natural Jamaican drinks (Emark inc., 1998, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำนาม tropic และ คุณศัพท์ natural บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นเครื่องดื่มธรรมชาติที่ผลิตจากประเทศในเขตร้อนซึ่งเป็นบริเวณที่มีภูมิอากาศที่ปลูกพืชสมุนไพรได้ผลดี ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องดื่มมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนเครื่องดื่มทั่วไปและน่าบริโภคยิ่งขึ้น
39 earthtouch.com <u>Natural</u> Earth products that enrich lives and improve <u>health</u> and <u>well-being</u> (Earth touch inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำนาม health และ well-being ทำหน้าที่บอกผลลัพธ์ของการใช้สินค้าและ คำคุณศัพท์ natural บ่งบอกชนิดสินค้าว่าเป็นสินค้าธรรมชาติ คำดังกล่าวจึงทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ทั้งเรื่องชนิดและสรรพคุณเพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชมลองบริโภคสินค้าที่โฆษณา
40 <u>Natural Health</u> Breakthrough Herbal products to change your <u>health</u> and life (Natural health, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คุณศัพท์ natural และ herbal และ คำนาม breakthrough และ health บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นสินค้าบำรุงสุขภาพที่ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติและเป็นสินค้าที่ต่างจากสินค้าทั่วไปเพราะผลิตขึ้นจากข้อค้นพบใหม่ที่เป็นผลมาจากการวิจัยและพัฒนาจนกลายมาเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์

ตารางที่ 10 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำนาม และคำคุณศัพท์	คำอธิบาย
		เฉพาะ คำดังกล่าวจึงช่วยเราให้ผู้เยี่ยมชมสนใจเลือก ชมสินค้าในเว็บไซต์ต่อไป
41 Look great, feel great ! Herbalife products help you lose weight and gain energy so you can live life to the fullest. (Look great, feel great, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกผลลัพธ์ ของการใช้สินค้า	คำคุณศัพท์ great และ fullest และคำนาม energy บ่งบอกผลลัพธ์ของการใช้สินค้าซึ่งช่วยให้สินค้า น่าซื้อหาเพราะคำดังกล่าวเจาะจงสิ่งที่เป็นประโยชน์ ที่สินค้าสามารถทำให้เกิดขึ้นได้
42 New Action Products inc. Specializing in Natural Products to destroy Pathogenic Microorganisms and Remove Mycotoxins (New action products, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้าและของ ผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย	คำนาม specializing บ่งบอกเอกลักษณ์ของผู้ผลิต หรือจำหน่ายสินค้า คำคุณศัพท์ natural บ่งบอก ประเภทสินค้าและเอกลักษณ์ของผู้ผลิต เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในประเภทและ สรรพคุณสินค้าว่าเป็นสินค้าธรรมชาติที่ผลิตหรือ จำหน่ายโดยองค์กรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักและมั่นใจในประโยชน์ที่พึง เกิดขึ้นหลังการบริโภคสินค้า

ตารางที่ 11 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำกริยาเป็นคำดึงดูดใจในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำกริยา	คำอธิบาย
1 Lose Weight Burn Fat With PREMIER HERBS Start Now Feel Great (Premier herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	สินค้าช่วยลดน้ำหนักส่วนเกิน (lose weight) และสลายไขมัน (burn fat) ที่ไม่พึงปรารถนาด้วยการ ระบุสรรพคุณ 2 ประการด้วยคำกริยา พาดหัวหลัก ก็สามารถสร้างความสนใจและความต้องการทดลองใช้ สินค้าเพราะคำกริยาทั้งสองบอกถึงสิ่งที่สินค้าสามารถ กระทำให้เกิดขึ้นได้

ตารางที่ 11 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำกริยา	คำอธิบาย
2 earthtouch.com Natural Earth products that <u>enrich</u> lives and <u>improve</u> health and well-being (Earth touch inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	คำกริยา enrich และ improve ช่วยให้สินค้าน่าซื้อหา มาบริโภคยิ่งขึ้นเพราะคำกริยาทั้งสองบ่งบอกถึง สรรพคุณของสินค้าว่าสามารถทำให้ชีวิตและสุขภาพ ดีขึ้น
3 1 st Herb Source-- <u>Improve</u> your health naturally. (1 st herb source, n.d., Retrieved August, 2000)		
4 <u>Steep</u> Home (Steep tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	steep หมายถึง การชงหรือการอุ่น การใช้คำกริยา steep ในพาดหัวหลักจึงทำให้ภาษาอังกฤษที่โฆษณา มีการเคลื่อนไหว (vigour) เพราะ steep เป็นคำกริยา ที่บ่งบอกถึงการหรือการกระทำที่ผู้จำหน่ายสินค้า ทำขึ้นเพื่อมอบให้กับผู้เยี่ยมชม และบ่งบอกประเภท สินค้าว่าเกี่ยวกับการต้มและชงน้ำชาให้อุ่นพร้อมให้ บริการเสมอ
5 SHAPENOW.COM (Shape now, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คำกริยา shape ในบริบทของการโฆษณาเครื่องดื่มน้ำ สมุนไพรเป็นคำกริยาที่บ่งบอกถึงการรักษารูปร่าง ให้มีสัดส่วนโค้งเว้าเข้ารูป การใช้คำกริยา shape จึง เป็นการบอกเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเกี่ยวกับ ลดน้ำหนัก ผสมกับการใช้คุณศัพท์ now ซึ่งบ่งบอก ถึงความฉับพลันทันที ยิ่งช่วยสร้างความสนใจของ ผู้ต้องการมีรูปร่างผอมเพรียวอย่างทันทีทันใดให้อ่าน โฆษณาต่อไป
6 <u>Enjoy</u> Health (Changes mktg group, 1998, Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คำกริยา enjoy บ่งบอกถึงความสนุกสนานของการ มีสุขภาพดี เมื่อนำมาใช้เป็นพาดหัวหลักจึงทำให้ เว็บไซต์น่าสนใจขึ้นเพราะเป็นคำกริยาที่ทำให้เกิด
7 Welcome, come on in, <u>enjoy</u> the sight, have a great time, <u>enjoy</u> ! (Home page of dr.carol, n.d., Retrieved August, 2000)		ความเข้าใจว่าเว็บไซต์มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพและ ความสุขซึ่งทั้งสองเป็นองค์ประกอบของการดำรงชีวิต ที่เป็นสุข

ตารางที่ 11 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำกริยา	คำอธิบาย
8 <u>Natural Health</u> Breakthrouh Herbal products <u>change</u> your health and life (Natural health, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	คำกริยา change บ่งบอกสรรพคุณสินค้าซึ่งสามารถให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสิ่งที่เป็นยอดปรารถนาของมนุษย์ นั่นคือ ความแข็งแรงและกำลังวังชาของร่างกาย คำกริยา change จึงสร้างความสนใจของผู้เยี่ยมชมเนื่องจากการเป็นการให้ความหวังว่า จะได้รับสิ่งที่ดีขึ้นด้วยการบริโภคสินค้าที่โฆษณา
9 <u>Savor the Moment</u> (Savor the moment, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คำกริยา savor บ่งบอกถึงการตักตวงความสุขสนุกสนานอย่างค่อยเป็นค่อยไปและนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ ประโยค savor the moment จึงทำให้เกิดความเข้าใจว่า อาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายผ่านเว็บไซต์มีความอร่อยจนทำให้ผู้ที่ได้ลิ้มรสต้องการสัมผัสรสนั้นไปตราบนานเท่านาน
10 alltea.com <u>Celebrate tea</u> (All tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำกริยา celebrate บ่งบอกเอกลักษณ์ของน้ำชาที่จำหน่ายว่าเป็นน้ำชาที่ดื่มได้ทุกโอกาสของการเฉลิมฉลอง เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจว่าน้ำชาที่จำหน่ายเป็นน้ำชาที่ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดได้
11 Drink Tea? Welcome to Tealuxe. Your Tea Bar <u>Relax</u> , look around... <u>Enjoy</u> some tea. (Tealuxe Inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์สินค้า	คำกริยา relax และ enjoy ทำหน้าที่บอกบรรยากาศของเว็บไซต์ว่าเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การเลือกซื้อน้ำชาอย่างผ่อนคลาย ทั้งนี้เพื่อเร้าให้ผู้เยี่ยมชมเลือกชมเว็บไซต์ต่อไปเพื่อสัมผัสกับบรรยากาศดังกล่าว
12 Look great, feel great ! Herbalife products <u>help</u> you <u>lose weight</u> and <u>gain</u> <u>energy</u> so you can live life to the fullest. (Look great, feel great, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณและ ผลลัพธ์ของ การใช้สินค้า	คำกริยา help, lose (weight) และ gain บ่งบอกสรรพคุณและผลลัพธ์ของการใช้สินค้าซึ่งช่วยให้สินค้าน่าซื้อหาเพราะคำดังกล่าวเจาะจงสิ่งที่เป็นประโยชน์ที่สินค้าสามารถทำให้เกิดขึ้นได้
13 for more than 15 years, Natural Leaf & Slim Beauty Brand <u>Help</u> you <u>lose weight</u> naturally.		

ตารางที่ 11 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำกริยา	คำอธิบาย
(Wah Yat import & export inc., n.d., Retrieve August, 2000)		
14 Jean's Greens Herbal Tea <u>Works!</u> (Rflanstrap@aol.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า ของสินค้าและของ ผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย	พาดหัวหลักทำหน้าที่เจาะจงสรรพคุณและประเภท สินค้าด้วยคำกริยา work เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้าอย่างกระชับและตรงไปตรงมาว่าสินค้าเป็น ชาเขียวที่มีสรรพคุณดี
15 New Action Products inc. Specializing in Natural Products to <u>destroy</u> Pathogenic Microorganisms and <u>remove</u> Mycotoxins (New action products, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้าและของ ผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย	คำกริยา destroy และ remove บ่งบอกสรรพคุณ สินค้าเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมคาดเดาได้ว่าสินค้าที่จำหน่าย สามารถกำจัดหรือขจัดสิ่งที่เป็นพิษออกจากร่างกาย ได้ คำดังกล่าวจึงทำให้เกิดความเข้าใจว่า สินค้ามี ประโยชน์ นำชื่อมาบริโภคน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 12 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำกริยาวิเศษณ์เป็นคำดึงดูดใจในพาดหัวหลักของ
เอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำกริยาวิเศษณ์	คำอธิบาย
1 1 st Herb Source-- Improve your health <u>naturally</u> (1 st herb source, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำกริยาวิเศษณ์ naturally ช่วยให้เว็บไซต์เป็นศูนย์ จำหน่ายสินค้าสมุนไพรที่พิเศษกว่าเว็บไซต์อื่น นั่นคือ เป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าสมุนไพรเพื่อการบำรุง สุขภาพด้วยวิธีธรรมชาติซึ่งย่อมปราศจากสารเคมี ปลอมปนในสินค้าและไม่มีสารพิษตกค้างในร่างกาย คุณศัพท์ naturally จึงบ่งบอกถึงวิธีการบำรุงสุขภาพ ด้วยสมุนไพรที่มีในธรรมชาติแท้ ๆ
2 <u>Today's</u> body.com Nutrition and information <u>Today's</u> body.com (Prime choice web hosting, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำกริยาวิเศษณ์ today บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่า เป็นอาหารและข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ซึ่ง เป็นเอกลักษณ์ที่ตรงกับความต้องการของคนยุค ปัจจุบันที่ต้องปรับสภาพร่างกายให้ทันสภาพ แวดล้อมของโลก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำกริยาวิเศษณ์	คำอธิบาย
3 for more than 15 years, Natural Leaf & Slim Beauty Brand help you lose weight <u>naturally</u> (Wah Yat import & export inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำกริยาวิเศษณ์ <u>naturally</u> บ่งบอกเอกลักษณ์ด้าน สรรพคุณของสินค้าที่ได้มอบให้ผู้เยี่ยมชม เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้เหตุผลที่ทำให้สินค้าที่โฆษณาได้รับ การยอมรับและยังสามารถจำหน่ายได้มากกว่า 15 ปี
4 Welcome to Linda Page's World of Healthy healing—Where You Can Learn To Get <u>Well</u> and Stay <u>Well</u> (Healthy healing enterprises, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้าและ ของเว็บไซต์	คำกริยาวิเศษณ์ <u>well</u> ทำหน้าที่บ่งบอกเอกลักษณ์ สินค้าว่าเป็นสินค้าบำรุงสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง เพื่อเราให้ผู้ต้องการความอยู่ดีมีสุขเลือกชม รายละเอียดในเว็บไซต์ต่อไป
5 Sustainability Source Inc. "the most comprehensive source for <u>socially</u> & <u>environmentally</u> screened products and service" (Sustainability source inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำกริยาวิเศษณ์ <u>socially</u> และ <u>environmentally</u> บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้าว่าเป็นสินค้าที่ไม่ก่อผลเสีย ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม ตระหนักว่าสินค้าที่จำหน่ายนั้นเป็นสินค้าธรรมชาติที่ ไม่ทำลายธรรมชาติและยอมไม่มีโทษต่อสุขภาพ เช่นกัน
6 whittard Over 150 finest <u>specialty</u> tea and over 20 coffees. Shipping to many destinations for as little as \$4 Over 100 shops Worldwide. (Whittard, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำกริยาวิเศษณ์ <u>specialty</u> บ่งบอกเอกลักษณ์สินค้า ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ผ่านการจัดเตรียมมาโดยเฉพาะเพื่อ ทำให้เกิดความเข้าใจว่า whittard เป็นเครื่องดื่ม คุณภาพดี

ตารางที่ 13 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ชื่อเว็บไซต์เป็นคำซ้ำในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
1 <u>DietWeb</u> <u>DietWeb DietWeb DietWeb</u> <u>DietWeb DietWeb DietWeb</u> (Diet web, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	การใช้ชื่อเว็บไซต์ DietWeb ซ้ำกันถึง 7 ครั้งนำ สายตาผู้เยี่ยมชมให้อ่านคำว่า DietWeb เรียง เป็นลำดับและช่วยให้ชื่อเว็บไซต์มีลักษณะพิเศษ กว่าการใช้คำซ้ำในพาดหัวหลักอื่น อีกทั้งยังม ความหมายชัดเจนถึงประเภทสินค้าของเว็บไซต์ ว่าเกี่ยวกับการลดน้ำหนัก
2 <u>Local flavor</u> at <u>Localflavor.com</u> (Total immersion, 1999, Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	พาดหัวหลักซ้ำคำว่า localflavor เพื่อเน้นชื่อเว็บไซต์ และเน้นเอกลักษณ์ของสินค้าว่าเป็น รสชาติเฉพาะถิ่น ที่พบได้เฉพาะที่เว็บไซต์ localflavor.com
3 <u>The Herballadies</u> Thanks for visiting the <u>Herballadies</u> . (Drexler, 2000, Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	herbal ladies กล่าวขอบคุณผู้เยี่ยมชมโดยใช้ชื่อ เว็บไซต์เป็นทั้งภาคประธานและภาคกรรมของ ประโยคเพื่อซ้ำคำ ๆ เดียวกันทั้งในส่วนต้นและท้าย ประโยค
4 <u>Herb Link</u> Your <u>Link</u> to Better Health (Herblink, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	การซ้ำคำนาม link ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชื่อเว็บไซต์ ทำให้ผู้เยี่ยมชมจำได้ทั้งชื่อและเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ ว่าสามารถใช้เป็นทางเชื่อมโยงไปสู่การมี สุขภาพที่ดีกว่าเดิม
5 <u>The Place for Herbs &</u> <u>Supplements is</u> "The <u>Herbs Place</u> ". (The herbs place, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	การสลับลำดับคำนาม herb และ place ซึ่งเป็นคำที่ ต้องการซ้ำเป็นวิธีซ้ำคำวิธีหนึ่งที่ช่วยให้พาดหัวหลัก มีความหลากหลายในน้ำเสียงกว่าการซ้ำคำตาม ลำดับปกติ อีกทั้งยังทำให้ภาษามีความละสลาย และมีความหมายที่ต่อเนื่องอีกด้วย
6 <u>BioTreasures Inc.</u> We <u>Treasure</u> Your Health. (Bio treasures inc., n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	บุมทรัพย์และเพชรนิลจินดา ย่อมเป็นที่ปรารถนาของ บุคคลทั่วไป เมื่อพาดหัวหลักระบุว่าเว็บไซต์ดูแลหรือ คำนึงถึงสุขภาพของผู้เยี่ยมชมดังของมีค่า ผู้เยี่ยมชม รู้สึกว่าคุณค่าที่จำหน่ายย่อมสามารถทำให้สุขภาพ ดีขึ้นได้ ดังนั้นการซ้ำคำ treasure จึงเป็นการ เร้าให้เกิดการจำชื่อเว็บไซต์ที่เล็งเห็นคุณค่าแห่งชีวิต

ตารางที่ 13 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
(Prime choice web hosting, 1999, Retrieved August, 2000)		เอกลักษณ์ของเว็บไซต์ซึ่งมีสินค้าและข้อมูลเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ปรับเปลี่ยนหมุนเวียนมาให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพร่างกายที่เปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมของโลก
13 <u>Purple Mountain Products</u> Welcome to <u>Purple Mountain Products.com</u> (Purple mountain products, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	พาดหัวหลักซ้ำกลุ่มคำ purple mountain ซึ่งเป็นชื่อเว็บไซต์เพื่อแนะนำและเน้นกลุ่มคำดังกล่าวให้ติดตามติดใจผู้เยี่ยมชมและเพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้มีรสนิยมดี เพราะสีม่วงเป็นสีแห่งราชสกุล ดังนั้น สินค้าจากขุนเขาสีม่วงย่อมเป็นสินค้าธรรมชาติที่มีคุณภาพที่คู่ควรกับผู้มีรสนิยม
14 <u>Thousand Cranes Tea</u> Take Flight with Thousand Cranes Tea (Innovative internet marketing solutions, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	นกกระเรียนเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดีและการมีอายุยืนยาว การซ้ำชื่อเว็บไซต์ดังกล่าวจึงมุ่งเน้นให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักและจำชื่อยี่ห้อน้ำชาและชื่อเว็บไซต์และเน้นความเป็นมงคลที่พึงเกิดขึ้นหากผู้เยี่ยมชมร่วมบินไปกับกองทัพนกกระเรียน
15 <u>BuyChai.com</u> <u>Chai's TEAS</u> HERBS ACCESSORIES and more... (Buy chai inc., 1999, Retrieved August, 2000)	เน้นย้ำชื่อเว็บไซต์	การซ้ำคำที่เป็นส่วนหนึ่งของชื่อเว็บไซต์เป็นวิธีการที่แนบเนียนในการทำให้ผู้เยี่ยมชมจำชื่อเว็บไซต์ เพราะเพียงผู้เยี่ยมชมต้องการชื่อน้ำชาพันธุ์ Chai ก็สามารถเปิดเว็บไซต์ buychai.com ได้แล้ว

ตารางที่ 14 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำบอกเอกลักษณ์สินค้าเป็นคำซ้ำในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
1 <u>AAA Herbal Diet Tea</u> (AAA herbal diet tea, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ของสินค้า	สินค้าเกรดเอ หมายถึง สินค้าคุณภาพดี น้ำชาสมุนไพรลดน้ำหนักตามพาดหัวหลักข้างต้นจึงมีลักษณะเด่นคือ เป็นเครื่องดื่มคุณภาพดีมากเพราะมีตัวอักษร A 3 ตัว การซ้ำตัวอักษร A จึงเป็นการย้ำว่าน้ำชาที่จำหน่ายมีคุณภาพดีมาก

ตารางที่ 14 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
2 <u>Welcome to Herban' Spice</u> <u>Add some SPICE to your life! Please click on image to enter</u> (Herbanspice, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ของเว็บไซต์	พาดหัวหลักเป็นการต้อนรับผู้เยี่ยมชมเข้าสู่เว็บไซต์ โดยระบุชัดเจนว่า จำหน่ายสินค้าสมุนไพรและเครื่องเทศ จากนั้นจึงซ้ำคำนาม spice ในประโยคที่เชิญชวนให้เพิ่มความรสชาติเผ็ดร้อนให้ชีวิตเพื่อย้ำว่าเว็บไซต์เป็นแหล่งรวมสมุนไพร เครื่องเทศและความเผ็ดร้อน
3 <u>Welcome to Our HomePage !</u> <u>WonderDiet</u> <u>WonderSkinCare</u> <u>WonderWorkAtHome</u> (Wonder diet, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ของเว็บไซต์	การซ้ำคำนาม wonder ทำให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าเว็บไซต์บรรจุไว้ด้วยสินค้าแห่งความอัศจรรย์และความอัศจรรย์ก็เป็นสิ่งที่ยู่อเยี่ยมชมปรารถนาให้เกิดขึ้นเพราะความอัศจรรย์บันดาลให้สิ่งที่เป็นไปได้ให้เป็นไปได้ เช่น การลดน้ำหนักที่เคยล้มเหลวกลับประสบความสำเร็จ
4 <u>The Nutrition Farm</u> <u>The Farm House</u> (The nutrition farm, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ของแหล่งผลิตสินค้า	พาดหัวหลักแนะนำสินค้าซึ่งผลิตจากไร่นาอันเป็นสถานที่ปลูกผักและเลี้ยงสัตว์ การซ้ำคำนาม farm จึงเป็นการเน้นความสดใหม่ของสินค้าและราคาที่ย่อมเยากว่าสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่ายโดยโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อเน้นเอกลักษณ์ของสินค้าซึ่งจะทำให้สินค้าน่าซื้อหาขึ้น
5 <u>Live Food for Live Cells</u> (Blumoon internet services, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ของสินค้า	มนุษย์บริโภคอาหารเพื่อให้พลังงานแก่ร่างกาย อาหารที่อุดมด้วยพลังงานจึงเป็นอาหารที่ควรบริโภคเพื่อทำให้ร่างกายแข็งแรงนับตั้งแต่เซลล์ (cell) ซึ่งเป็นส่วนที่เล็กที่สุดของร่างกาย การซ้ำคำคุณศัพท์ live จึงเน้นย้ำถึงเอกลักษณ์ของสินค้าที่เป็นอาหารที่มีพลังสำหรับร่างกายที่มีพลัง
6 <u>Nature's Flavors.com</u> <u>Get Back to Nature</u> (Nature's flavors.com, 2000, Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ของสินค้า	ชื่อเว็บไซต์ Nature's Flavors บ่งบอกถึงความสะอาดของอาหารที่ไม่ปลอมปนสารเคมีที่มนุษย์สังเคราะห์ขึ้นเลียนแบบธรรมชาติ การซ้ำคำนาม nature ย้ำความหมายให้เด่นชัดว่า ลักษณะพิเศษของสินค้าที่จำหน่ายเปี่ยมด้วยความสะอาด บริสุทธิ์ของธรรมชาติ

ตารางที่ 14 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
7 <u>Natural</u> Shoppe Earth Friendly and <u>Natural</u> Products (Natural shoppe, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีการซ้ำคำคุณศัพท์ natural เพื่อให้ ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริงที่ได้ ผลานกลมกลืนอยู่ในสินค้าซึ่งผลิตจากวัตถุดิบ ธรรมชาติและไม่สร้างมลพิษ นอกจากนั้น การใช้ คำนาม shoppe ซึ่งเป็นการสะกดแบบโบราณยัง บ่งบอกถึงความเป็นเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่นิยมสิ่งที่มี มาแต่เก่าก่อนและยังใช้ได้
8 Kingherb International Professional <u>Chinese</u> Herb, <u>Chinese</u> Medecine (Kingherb International co.,ltd., n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของแหล่ง กำเนิดสินค้า	เพื่อเป็นการย้ำถึงความเป็นราชาแห่งสมุนไพร ของประเทศจีนจึงมีการซ้ำคำคุณศัพท์ Chinese เพื่อ แสดงถึงความเป็นต้นตำรับด้านสมุนไพรของ ชาวจีนที่มีมาแต่โบราณกาลซึ่งได้กลายเป็นคำ นิยมมาถึงปัจจุบันว่าสมุนไพรจีนมีคุณภาพ
9 Internet Wines and Spirits The <u>Best</u> from Around the <u>World</u> at the <u>World's Best</u> Prices (Internet wines and spirits, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของสินค้า	ความเป็นที่หนึ่ง และความเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในโลก เป็นลักษณะเด่นที่แม้ว่าจะเป็นการอวดอ้างเกินจริง แต่การซ้ำคำคุณศัพท์ best และคำนาม world เป็นการย้ำเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจและเชื่อมั่นในความ เป็นเครื่องดื่มที่ดีที่สุดในโลกและมีรสชาติผสมผลที่สุด สมคำโฆษณา
10 Taste by Brewmasters. Spirit by Herbmasters. SOMA Herbal (Soma herbal, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของขั้นตอน การผลิตสินค้า	การซ้ำคำนาม master เน้นว่าทุกขั้นตอนของการผลิต เครื่องดื่มมีคณะผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านซึ่งเป็นบุคคล มิใช่เครื่องจักรเป็นผู้กลั่นกรองและชิมรสก่อนส่ง จำหน่าย ทั้งนี้ก็เพื่อเน้นเอกลักษณ์ของกระบวนการ ผลิตเครื่องดื่มสำหรับมนุษย์ซึ่งจัดเตรียมและ ตรวจสอบโดยมนุษย์ด้วยความใส่ใจและพิถีพิถัน
11 Welcome, come on in, <u>enjoy</u> the sights, have a great time, <u>enjoy</u> ! <u>Homepage of dr.carol</u> , n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณหมอแครอลผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์ต้อนรับ ผู้เยี่ยมชมเข้าสู่เว็บไซต์และขอให้ผู้เยี่ยมชมสนุก สนานกับการท่องเที่ยวในเว็บไซต์ การซ้ำคำ กริยา enjoy เป็นการย้ำถึง ความผ่อนคลาย ของการเยี่ยมชมสิ่งสวยงามอย่างเริงใจไร้กังวล

ตารางที่ 14 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
12 HerbShop.com <u>We don't just sell</u> products. <u>We sell</u> Solutions. (Dreamhost.com, 1995, Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	เว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าสมุนไพรมีจำนวนนับหมื่น เว็บไซต์และสินค้าย่อมคล้ายคลึงกัน แต่เอกลักษณ์ ที่เว็บไซต์ herbshop.com เน้นด้วยการซ้ำคำและใช้ ประโยคโครงสร้างคู่ขนาน ก็คือ ประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชม พึงได้รับจากการซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ นั่นคือ การซื้อ สินค้าที่มีสรรพคุณในการขจัดปัดเป่าปัญหาสุขภาพ ได้ด้วย (You don't just get products. You get solution.)
13 MDV VENTURE INC. Simply the <u>best</u> Herbs, Vitamins, and Minerals At the <u>best</u> prices! (MDV ventures, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของสินค้า และราคา	การซ้ำคุณศัพท์ best เน้นความเป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด ทั้งสินค้าและราคาเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึง ความคุ้มค่าหากซื้อสินค้าจากเว็บไซต์
14 Traditional <u>Medicinals</u> FIRST <u>MEDICINAL</u> HERB TEAS (Traditional medicinals, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของสินค้า	เพื่อย้ำให้ผู้เยี่ยมชมตระหนักถึงเอกลักษณ์ของ สินค้าและเพื่อเน้นว่าสินค้ามีสรรพคุณเป็นยา พาดหัวหลักจึงมีการซ้ำคำว่า medicinal
15 <u>Jamaica</u> Place "Anything <u>Jamaican</u> " (Webduds design, 1997, Retrieved August, 2000)	ย้ำเอกลักษณ์ ของแหล่งกำเนิด สินค้า	การซ้ำคำว่า Jamaica เน้นความเป็นเว็บไซต์ที่ บรรจุไว้ด้วยสารพัดสารพันชาวยาสารและสินค้า ที่ล้วนผลิตจากประเทศจาไมกา

ตารางที่ 15 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำบอกสรรพคุณสินค้าเป็นคำซ้ำในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
1 Snowbound Herbsals <u>Healthy</u> Tea <u>Healthy</u> Talk and a Whole Lot More	ย้ำสรรพคุณ ของสินค้า	เมื่อพาดหัวหลักมีการซ้ำคำคุณศัพท์ healthy ทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าคุณค่าไม่จจะเป็นน้ำชา หรือการสนทนา หรือเรื่องราวทั้งหมดทั้งมวล ภายในเว็บไซต์ล้วนเพื่อสุขภาพและสามารถ

ตารางที่ 15 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
(Snowbound herbals, n.d., Retrieved August, 2000)		เพิ่มพลังกำลังให้กับร่างกายได้
2 Sedona SuperNaturals Inc. "healthy stuff for healthy Folk since 1989" (Sedona supernaturals, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้าสรรพคุณ ของสินค้า	ผลของการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์คือควรมี ร่างกายแข็งแรง การซ้ำคำคุณศัพท์ healthy เน้นว่า สินค้าที่จำหน่ายในเว็บไซต์มีสรรพคุณ บำรุงสุขภาพและบำรุงสุขภาพของผู้คนมานาน
3 Sunforce Natural Products Ltd. Healthy Living Through Healthy Products (Sunforce natural products, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้าสรรพคุณ ของสินค้า	เว็บไซต์เน้นความเป็นศูนย์รวมและศูนย์จำหน่าย สินค้าที่มีประโยชน์โดยการซ้ำคำคุณศัพท์ healthy เพื่อเน้นคุณค่าทางโภชนาการที่มีอยู่ในสินค้าซึ่ง จะช่วยให้การดำรงชีวิตสุดโต่งมีชีวิตชีวา
4 Welcome to Doctors Health Supply Your HEALTH AND WELLNESS CENTER Alternative Health Products & information (Doctors health supply, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้าสรรพคุณ ของสินค้า	พาดหัวหลักเป็นการซ้ำคำนาม health คำเดียว ใน 3 หน้า ที่ คือ 1) เป็นส่วนหนึ่งของชื่อเว็บไซต์ 2) เป็นคำนามที่ดึงดูดใจ และ 3) เป็นคำบอกประเภท สินค้า การซ้ำคำนาม health จึงบ่งบอกถึงความ ครบครันของข้อมูลข่าวสารและสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ ที่บรรจุไว้ในเว็บไซต์
5 Royal BodyCare Better Nutrition for Better Health (Webmaster@rbcglobenet.com, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้าสรรพคุณ ของสินค้า	การซ้ำคุณศัพท์ better เป็นการเน้นสรรพคุณ ของสินค้าว่าเป็นอาหารที่ให้คุณค่าทางโภชนาการ มากกว่าสินค้ายี่ห้ออื่น และผลลัพธ์ ของการบริโภคอาหารที่โฆษณานั้นย่อมดีกว่า ตามไปด้วย เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมสนใจในประโยชน์ ของสินค้าแล้วพิจารณาเลือกซื้อต่อไป
6 Look the way you want to look Feel the way you want to feel (Look the way you want to look, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้าสรรพคุณ ของสินค้า	การซ้ำคำนาม way คำสรรพนาม you และคำกริยา want บ่งบอกความสามารถตอบสนองความต้องการ มีร่างกายสมส่วนและอารมณ์สดใสของผู้เยี่ยมชมได้ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าสินค้ามีสรรพคุณในการ บำรุงกายและใจได้ผลตามที่ปรารถนา

ตารางที่ 15 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำซ้ำ	คำอธิบาย
7 Welcome to Linda Page's World of Healthy healing—Where You Can Learn To Get <u>Well</u> and Stay <u>Well</u> ! (Healthy healing enterprises, 1996, Retrieved August, 2000)	เน้นประโยชน์ ของเว็บไซต์	เมื่อความกินดีอยู่ดีคือยอดปรารถนาของมนุษย์ การนำประเด็นดังกล่าวมาเน้นย้ำด้วยการซ้ำ คำกริยาวิเศษณ์ well ช่วยให้สินค้าน่าซื้อหา อีกทั้งการวางตำแหน่งคำซ้ำไว้ในส่วนท้ายของ วลี ทำให้ประโยชน์ของการใช้สินค้านั้นเด่นชัด มากขึ้น
8 Look <u>great</u> , feel <u>great</u> ! Herbalife products help you lose weight and gain energy so you can live life to the fullest (Look great, feel great, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นผลลัพธ์ ของการใช้สินค้า	การใช้คำคุณศัพท์ great ซ้ำ 3 ครั้งและวางตำแหน่ง คำไว้ใกล้กันช่วยเน้นผลลัพธ์ของการบริโภคสินค้าให้ เด่นชัดขึ้น

ตารางที่ 16 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำบอกประเภทสินค้าเป็นคำซ้ำในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการซ้ำคำ บอกประเภทสินค้า	คำอธิบาย
1 Anything <u>Herbal</u> Can Be Found Here ! <u>Herbs</u> , <u>Herbal</u> Medicine <u>Herbs</u> & Spices, Cosmetics, Teas... (Sunriz herb co., n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภทสินค้าหลัก	การซ้ำคำนาม herb ย้ำความเป็นเว็บไซต์ สรรพสินค้าสมุนไพรที่จัดเตรียมไว้ให้ผู้เยี่ยมชม ได้เลือกสรร
2 all <u>tea</u> .com Celebrate <u>tea</u> (All tea, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภทสินค้าหลัก	การซ้ำคำนาม tea เน้นให้เห็นว่า เว็บไซต์ ครบครันด้วยน้ำชา การซ้ำคำนาม tea จึงเน้นความ เป็นเว็บไซต์จำหน่ายน้ำชาทุกชนิดและล้วนเป็นน้ำชา ดื่มได้ทุกโอกาสของการเฉลิมฉลอง
3 Drink <u>Tea</u> ? Welcome to <u>Tea</u> luxe, Your <u>Tea</u> Bar	เน้นประเภทสินค้าหลัก	การซ้ำคำนาม tea เป็นการเน้นว่าเว็บไซต์มี น้ำชาเป็นสินค้าหลักและให้ความรู้สึกที่ว่า ทุกชอกมุกของเว็บไซต์เพียบพร้อมไปด้วยน้ำชา

ตารางที่ 16 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำ บอกประเภทสินค้า	คำอธิบาย
Relax, look around... enjoy some <u>Tea</u> . (Tealuxe Inc., n.d., Retrieved August, 2000)		ที่จัดเตรียมไว้ให้บริการแก่ผู้ที่แวะเวียนมา
4 <u>Plum King</u> -- Natural <u>Plum</u> Juice (Plum king natural plum juice, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภทสินค้าหลัก	การใช้ คำนาม plum เป็นการเน้นว่าเครื่องดื่มมี ลูกพลัมเป็นส่วนผสมหลักและเป็นลูกพลัมที่ ผ่านการคัดสรรแล้วว่าเป็นลูกพลัมชั้นดี นั่นคือ ผลโต รสหวาน เนื้อแน่นเพราะเป็นราชาแห่งลูกพลัม
5 <u>Welcome</u> <u>HERBAL BEVERAGE</u> <u>PRESENTS BEE-Y'S</u> <u>Herbal Beverage with Ginseng</u> . (Herbal beverage with ginseng, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภทสินค้าหลัก	การใช้กลุ่มคำ herbal beverage เน้นว่าสินค้า ที่จำหน่ายเป็นเครื่องดื่มสมุนไพร

ตารางที่ 17 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำบอกเครื่องหมายการค้าเป็นคำซ้ำในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำ บอกเครื่องหมายการค้า	คำอธิบาย
1 <u>Change your life</u> with <u>Changes</u> ! (Changes international, 2000, Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อยี่ห้อสินค้า	<u>Changes</u> ® เป็นเครื่องหมายการค้าของสินค้า บำรุงสุขภาพ เมื่อนำมาใช้ซ้ำร่วมกับคำกริยา change จึงทำให้พาดหัวหลักเป็นทั้งประโยคคำสั่ง ที่ชี้แนะให้เปลี่ยนแปลงชีวิตด้วยการใช้สินค้ายี่ห้อ <u>Changes</u> และเป็นประโยคที่เน้น เครื่องหมายการค้า <u>Changes</u> ® ให้เป็นที่จดจำ
2 <u>XtendLife</u> ® by <u>Life Extension</u> (Xtendlife by life extension, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อยี่ห้อสินค้า	การมีอายุยืนยาวเป็นยอดปรารถนาของผู้คนทั่วไป การสลับลำดับคำแล้วซ้ำคำของชื่อองค์กรผู้ผลิตสินค้า <u>Life Extension</u> และชื่อเครื่องหมายการค้า <u>XtendLife</u> ® เป็นวิธีการใช้คำซ้ำให้สะดุดหูเพื่อสร้างความสนใจและเพื่อเน้นเครื่องหมายการค้า

ตารางที่ 17 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการเข้าถึง บอกเครื่องหมายการค้า	คำอธิบาย
3 Welcome to the <u>mad river</u> Dive into the <u>Mad</u> <u>River</u> for a refreshing experience! (CK international LLC, 1998, Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อยี่ห้อและ เอกลักษณ์สินค้า	พาดหัวหลักเข้าถึงเครื่องหมายการค้า Mad River เพื่อเน้นเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มและเพื่อเน้น เอกลักษณ์ของเครื่องดื่มว่ามีรสชาติแรงดัง สายน้ำเชี่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมนึก ถึงเครื่องดื่มยี่ห้อ Mad River เมื่อต้องการเพิ่ม ความกระปรี้กระเปร่าด้วยเครื่องดื่มรสแรง
4 <u>HERBALIFE</u> <u>HERBALIFE</u> ® (Herbalife. n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อยี่ห้อสินค้า	การเข้าถึงว่า Herbalife ในพาดหัวหลักที่ 4 และ 5 ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของสินค้าสมุนไพรเป็นการ เน้นว่าเว็บไซต์มีสินค้าหลักเป็นสินค้าสมุนไพรยี่ห้อ Herbalife
5 An <u>Herbal</u> Way of Life Independent <u>HERBALIFE</u> Distributor (Untangled web design, 2000, Retrieved August, 2000)		

ตารางที่ 18 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่คุ้นเคยในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่คุ้นเคย	คำอธิบาย
1 Welcome to thingsofnature.com <u>Traditional Chinese Medicine</u> (Things of nature, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	การใช้คำคุณศัพท์ traditional และ Chinese ใน พาดหัวหลักที่ 1,2 และ 3 บ่งบอกถึงค่านิยมใน เรื่องความเป็นต้นแบบแห่งยาสมุนไพรโบราณ ของชาวจีน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึงสรรพคุณ ของยาและวิธีการรักษาโรคของชาวจีนที่ได้ผล จนเป็นมรดกสืบทอดมาแต่โบราณจนกลายเป็น วิธีการรักษาสุขภาพวิธีหนึ่งในยุคชีวิต
2 Sino Herb King Global Sale Network for <u>TRADITIONAL CHINESE MEDICINE</u> (Sino king group, 2000, Retrieved August, 2000)		

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่ค้นเคย	คำอธิบาย
3 <u>Traditional Chinese Healing Art Products</u> (Traditional Chinese healing art, n.d., Retrieved August, 2000)		
4 HealthLand Supplies Ltd. Quality <u>Chinese</u> Ginseng & Herbs (Healthland supplies ltd, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	ความเป็นต้นตำรับแห่งการใช้สมุนไพรของชาวจีน บ่งบอกถึงความชำนาญและประสบการณ์อันล้ำค่าของ ของการปลูกและปรุงยา ผู้โฆษณาจึงนำประเด็นนี้มา เป็นจุดโฆษณาโดยใช้คำคุณศัพท์ Chinese เพื่อบอก เอกลักษณ์สินค้าสมุนไพรและสมุนไพรเป็นสินค้า คุณภาพของเจ้าตำรับอย่างชาวจีน
5 <u>EXPLORE CHINESE</u> <u>SECRETS TO VITALITY</u> (Explore Chinese secrets to vitality, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำว่า Chinese ช่วยเสริมให้เรื่องราวในเว็บไซต์ เป็นความลับที่ควรค่าแก่การค้นหาเพราะ เป็นคำที่ บ่งบอกถึงความลับเพื่อการสร้างความสุขและรักษา ให้ยืนยาวของชนชาติที่ได้ให้กำเนิดรากฐานของ ยาแผนโบราณไว้เมื่อ 200 ปีก่อนคริสตกาล
6 <u>KAVA KING</u> The Natural Herbal Drink of the <u>Pacific Islands</u> (Kava king products inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	กระแสน้ำ มนุษย์และนก พัดและน้ำพามาผลิตพันธุ์พืช หลากหลายชนิดมายังเกาะกลางมหาสมุทรแปซิฟิก จนสามารถผลิตดอกออกผลมากมาย ด้วยเหตุนี้ เมื่อเอ่ยถึงชื่อดังกล่าวจึงบ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ ของพืชพันธุ์ที่แปลกแตกต่างจากพืชที่เติบโตบน ผืนแผ่นดินใหญ่ทั้งสรรพคุณ และรสชาติ
7 <u>KOALA TEA</u> <u>COMPANY</u> Uniquely Australian Herbal Tea (3mothers, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	นอกจากจึงใจแล้ว ยังมีหมีคัวล่า (Koala) เป็น สัตว์สัญลักษณ์ของประเทศออสเตรเลีย เมื่อนำ ชื่อหมีคัวลามาเป็นชื่อยี่ห้อน้ำชาจึงทำให้รู้ได้ทันทีว่า เป็นน้ำชาจากประเทศออสเตรเลีย และยังชวนให้รู้สึก ถึงความโดดเด่นไม่ซ้ำใครของรสน้ำชาเหมือนกับที่มี หมีคัวล่าในออสเตรเลียมากกว่าที่อื่นใดในโลก
8 <u>The Art of Chinese Tea</u> (Tenren.com, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีกลุ่มคำ art of Chinese tea เพื่อ บอกเอกลักษณ์ของน้ำชาว่าเป็นเครื่องดื่มแห่งศิลปะ แห่งชนชาติจีนนับตั้งแต่ การเลือกสรรพันธุ์ชา การเลือกทำเลที่ปลูกตามไหล่เขาได้งามนอก การเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาที่เหมาะสม การเลือกภาชนะ

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่คุ้นเคย	คำอธิบาย
9 Mount Spring International Corp. Specialty in <u>Chinese</u> natural health products (Webmanagehosting.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	เก็บชา และการชงชาด้วยน้ำที่มีอุณหภูมิพอเหมาะ เหล่านี้นล้วนเป็นเอกลักษณ์ของน้ำชาจีน คำว่า Chinese บอกถึงต้นกำเนิดของสินค้าว่าเป็นสินค้าของชนชาติจีนซึ่งรู้จักกันในนามของ ต้นตำรับแห่งสูตรยาบำรุงร่างกายด้วยพฤกษาสมนไพร เมื่อให้คำดังกล่าวทำให้สินค้าที่โฆษณามีภาพพจน์ที่ดี
10 Herbal products from <u>SRI LANKA</u> (Lanka global online, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกแหล่ง กำเนิดของสินค้า	ศรีลังกา (Sri Lanka) เป็นประเทศที่มีชื่อเสียง ด้านการปลูกชารสดีพันธุ์ Ceylon เมื่อระบุชื่อ ประเทศศรีลังกาไว้ในพาดหัวหลักจึงเป็นการ บ่งบอกว่าหนึ่งในสินค้าสมุนไพรมันั้น คือ น้ำชา
11 DO YOU WANT YOUR HEALTH ? (KOREAN ORIGINAL) (Korea ginseng corp., 1997, Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	แม้พาดหัวหลักมิได้ระบุประเภทสินค้า แต่คำว่า Korean ช่วยให้เดาได้ว่าสินค้าที่จำหน่ายมี ต้นกำเนิดจากประเทศเกาหลี และสินค้าชื่อดัง ของเกาหลีคือ โสม ผนวกกับมีคำนาม health จึงช่วยในการคาดเดาว่าสินค้าที่จำหน่ายในเว็บไซต์ เว็บไซต์เป็นสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพที่มาจากประเทศ
12 TROPIC JUICES all Natural <u>Jamaican</u> drinks (Emark inc., 1998, Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	จาไมก้า ความหมายตามภาษาพื้นเมือง (Xaymaca) หมายถึงดินแดนแห่งป่าและน้ำ การใช้ชื่อประเทศ จาไมก้าในพาดหัวหลักจึงบ่งบอกถึงเกาะกลางทะเล แคริบเบียนที่มีดินดำน้ำชุ่ม อุดมด้วยป่าไม้และห่าน ไกลจากแหล่งอุตสาหกรรม ซึ่งเอกลักษณ์ของจาไมก้า เหล่านี้จะทำให้เครื่องดื่มมีภาพพจน์เป็นเครื่องดื่มที่ สะอาด มีส่วนผสมเป็นพืชพันธุ์ธรรมชาติ
13 911 herbalemergency.com (Herbal emergency, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	หมายเลขโทรศัพท์ 911 เป็นหมายเลขรับแจ้ง เหตุฉุกเฉินของสหรัฐอเมริกาซึ่งบ่งบอกถึง ความพร้อมสรรพสำหรับการให้บริการและให้ ความช่วยเหลือที่มีให้ทันทีและไม่วันหยุด

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่คุ้นเคย	คำอธิบาย
14 Power of <u>Amazon</u> SOLRIO Bazilian Guarana Soda (Power of Amazon, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	ผืนป่าและแม่น้ำอเมซอนได้หล่อเลี้ยงสรรพชีวิต ด้วยการผลิตน้ำจืดและออกซิเจน ด้วยเหตุนี้ การใช้ คำว่า Amazon ในพาดหัวหลักจึงช่วยให้เครื่องดื่มมี ภาพพจน์เป็นเครื่องดื่มที่ดื่มแล้วสดชื่นกระปรี้ กระเปร่า
15 <u>Chinese Herbal</u> <u>Tonics, Teas and</u> Patent Medicines (Hine & Hudson inc., 1997, Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	สินค้าภายในเว็บไซต์น่าซื้อหามากขึ้นเมื่อมีคำ คุณศัพท์ Chinese บอกแหล่งกำเนิดของสินค้า ว่าเป็นสินค้าและยาสมุนไพรจากประเทศจีนซึ่ง มีชื่อเสียงด้านสินค้าสมุนไพรธรรมชาติ
16 Welcome to HANYAO.COM 100% NATURAL- Legacy of Chinese ancestors (Hanyao, n.d., Retrieved August, 2000)		
17 Gateway to <u>Nubia</u> (Ride Hastie photography & design, 2000, Retrieved August, 2000)	แนะนำประเทศ ผู้จำหน่ายสินค้า	ประเทศนูเบียหรือประเทศซูดานในปัจจุบันอยู่ในทวีป แอฟริกา ซึ่งมีความร้อนและความแห้งเป็นเอกลักษณ์ การใช้คำว่า นูเบียในพาดหัวหลักจึงมุ่งเน้นที่จะ แนะนำว่าสินค้าเป็นเครื่องดื่มที่จำหน่ายโดยชาวนูเบีย และรายได้ก็จะนำไปช่วยเหลือชาวนูเบีย
18 <u>Africantea.com</u> (African tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	ประเทศแอฟริกาได้เป็นแหล่งปลูกชากว่า 200 ชนิด แม้ว่าแอฟริกาจะไม่โด่งดังในฐานะผู้ผลิตชา แต่การใช้ ชื่อประเทศที่ไม่มีชื่อเสียงที่เด่นชัดในพาดหัวหลักก็ เป็นวิธีแนะนำสินค้าและแหล่งกำเนิดให้ผู้เยี่ยมชมรู้จัก แล้วพิจารณาเลือกซื้อต่อไป
19 <u>GREENCANYON.COM</u> (Green canyon, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์และ บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	Grand Canyon เป็นชื่อของหุบเขาวงกตที่มีมาและ เป็นหนึ่งในสิ่งมหัศจรรย์ของโลก พาดหัวหลัก greencanyon.com จึงดัดแปลงจากชื่อสถานที่ที่เป็น ที่รู้จักนี้เพื่อให้ชื่อเว็บไซต์จำง่ายและเพื่อให้สินค้ามี เอกลักษณ์เป็นสินค้าที่สกัดจากสมุนไพรจากป่าใน ขุนเขาเขียวครึ้ม

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่ค้นเคย	คำอธิบาย
20 www.China-Herbs.com (China guide corp., 1999, Retrieved August, 2000)	บอกแหล่ง กำเนิดสินค้า	คำว่า China ในพาดหัวหลักที่ 20 และ 21 บ่งบอกแหล่งกำเนิดของสินค้าว่ามาจากประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงว่าเป็นแหล่งปลูกสมุนไพร ชา และโสมที่มีคุณภาพ เพื่อให้สินค้าที่จำหน่ายมีความพิเศษเหนือกว่าสินค้าจากเว็บไซต์อื่น
21 PRIME SOURCE OF QUALITY CHINA TEA, GINSENG & HEALTH FOOD (Prime source of quality China tea, n.d., Retrieved August, 2000)		
22 Wisdom of the Ancient Finest Quality Medicinal Herbs from the <u>Rainforest</u> of Paraguay (UAI inc., 2000, Retrieved August, 2000)	บอกแหล่ง กำเนิดสินค้า	ปารากวัย (Paraguay) เป็นประเทศในทวีปอเมริกาใต้ที่ไม่มีอาณาเขตติดทะเล ส่งผลให้การคมนาคมติดต่อกับโลกภายนอกไม่สะดวกและไม่คุ้มค่ากับการหักล้างทางป่าเพื่อการอุตสาหกรรม ผืนป่าจึงยังคงความอุดมสมบูรณ์ คำว่า ปารากวัย จึงบ่งบอกถึงสินค้าที่มาจากป่าดงดิบ หายาก ราคาแพงและมีสรรพคุณที่หาได้ยากจากสมุนไพรทั่วไป
23 <u>Bundaberg</u> Drink to your Health (Drink to your health, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งผลิตสินค้า	ท่าเรือและเมือง Bundaberg ในรัฐควีนส์แลนด์ของออสเตรเลียมีโรงงานสุราเป็นธุรกิจหลักอย่างหนึ่งที่ขึ้นชื่อ เมื่อนำมาใช้ในพาดหัวหลัก ทำให้คุณภาพของสินค้าน่าเชื่อถือเพราะ การอ้างถึงแหล่งผลิตที่ผลิตสินค้านั้นเป็นหลัก เท่ากับโฆษณาว่าสินค้านั้นผ่านการผลิตโดยผู้ผลิตมืออาชีพ
24 Welcome to <u>NOAH's way</u> (Noah's way, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	โนอาห์ (Noah) ชายหนุ่มและครอบครัวผู้ได้รับเลือกจากพระเจ้าเป็นเจ้าให้รอดชีวิตจากน้ำท่วมโลกพร้อมกับสัตว์สายพันธุ์ละ 1 คู่ คำว่า Noah จึงบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์ที่นำไปสู่การมีชีวิตที่ปลอดภัยและเป็นสุข
25 <u>Herb Stop™</u> (Herbstop@herbstop.com, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	herb stop เป็นกลุ่มคำที่ดัดแปลงจาก bus stop หรือ ป้ายหยุดรถประจำทาง พาดหัวหลัก herb stop จึงบ่งบอกถึงความเป็นแหล่งรวมสารพัดสมุนไพรที่จะหมุนเวียนเปลี่ยนชนิดมาให้เลือกสรรเป็นประจำ

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่ค้นเคย	คำอธิบาย
26 <u>Colonial Tea</u> (Colonial tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิดสินค้า	ประเทศอังกฤษเคยนำชาพันธุ์ Ceylon ไปปลูกที่ ประเทศในอาณานิคมของตนเช่น ประเทศศรีลังกา จนได้ใบชารสอร่อย การใช้คุณศัพท์ Colonial จึง บ่งบอกถึงแหล่งกำเนิดของน้ำชาว่าเป็นน้ำชาที่ถือ กำเนิดจากประเทศอังกฤษแต่ไปเติบโตและให้ผลผลิต ในประเทศที่เป็นอาณานิคมของอังกฤษ เช่น ศรีลังกา
27 <u>Dream Ship</u> Coffee, Tea & Treasures... (Dream ship. n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของเว็บไซต์	คำนาม ship เป็นสัญลักษณ์ของการค้าและการขนส่ง ระหว่างดินแดนที่อยู่ห่างไกลกัน การใช้คำนาม ship เป็นส่วนหนึ่งในพาดหัวหลักจึงบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่สามารถ เข้าถึงผู้ต้องการซื้อสินค้าได้ทั่วทุกมุมโลก
28 <u>Order Now!</u> <u>Latin Delight</u> Herbal Beverage (Empowernet LLC, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ของสินค้า	ลาติน (Latin) หรือทวีปอเมริกาใต้เป็นทวีปที่มี ใบชาพันธุ์ Yerba Mate เป็นสมุนไพรที่มีชื่อเสียง เมื่อนำคำว่า Latin มาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อยี่ห้อ เครื่องดื่ม Latin Delight ทำให้เกิดความเข้าใจว่า เครื่องดื่มมาจากอเมริกาใต้และสกัดจากใบชา yerba mate ซึ่งมีรสกลมกล่อมกลิ่นหอม และบำรุงร่างกาย
29 <u>Libra International</u> (UK Distributor) (Libra international, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกประเภทสินค้า	Libra หรือสัญลักษณ์ตราชั่งประจำราศีตุลย์ บ่งบอกถึงความสมดุลของสิ่ง 2 สิ่ง การใช้คำนาม Libra เป็นส่วนหนึ่งของชื่อองค์กรผู้จำหน่ายสินค้าจึง บ่งบอกถึงประเภทสินค้าว่าเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับการ ปรับเปลี่ยนสมดุลของธาตุดิน น้ำ ลม ไฟในร่างกาย ให้ไหลเวียนและทำงานร่วมกันอย่างลงตัว
30 <u>Lone Star</u> Tea Co.,Ltd. (Greymane connections & lone star tea co.,ltd, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิดสินค้า	Lone Star หรือดาวดวงเดียวเป็นสิ่งที่เห็นได้ใน ภาพยนตร์ตะวันตกเพราะเป็นเครื่องหมายประจำ ตำแหน่งนายอำเภอ (sheriff) ในทวีปอเมริกาใต้ เช่น ประเทศเม็กซิโก พาดหัวหลักที่มีกลุ่มคำ Lone Star จึงบ่งบอกถึงแหล่งกำเนิดของน้ำชาว่ามาจาก ทวีปอเมริกาใต้ซึ่งเป็นแหล่งปลูกชา Yerba Mate ที่มี รสอร่อยและสรรพคุณบำรุงสุขภาพ

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ประสบการณ์หรือสถานที่คุ้นเคย	คำอธิบาย
31 <u>TRIDENT HEALTH</u> <u>INTERNATIONAL</u> (Trident health international, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	trident หรือ ทวน 3 ง่ามเป็นอาวุธวิเศษของโพไซดอน (Poseidon) เทพเจ้าแห่งทะเลในเทพนิยายกรีก เมื่อ trident มาเป็นชื่อองค์กรจำหน่ายสินค้า ทำให้สินค้าอาหารเครื่องดื่มที่จำหน่ายในเว็บไซต์มีภาพพจน์เป็นสินค้าที่มีสรรพคุณวิเศษ สามารถป้องกันรักษาโรคให้หายขาดได้
32 <u>mama priestess</u> <u>herbals</u> (Mama priestess herbals, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	mama priestess เป็นคำนำหน้าสำหรับเรียกนักบวชที่เป็นผู้หญิง เมื่อนำมาใช้หน้าหน้าคุณศัพท์ herbals ซึ่งบอกประเภทสินค้า ทำให้เกิดความเข้าใจว่าสินค้าสกัดจากสมุนไพรบริสุทธิ์ ผ่านการแปรรูป และสามารถจัดบำบัดโรคภัยอย่างได้ผล
33 <u>Marco Polo Concepts</u> <u>We Sell Red Ginseng</u> <u>in Hawaii.</u> (Marco polo concepts Hawaii, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของผู้จำหน่ายสินค้า	มารโคโปโล เป็นชื่อนักเดินทางชาวอิตาลีที่เดินทางค้าขายพร้อมกองคาราวานจากประเทศอิตาลีมายังประเทศจีนเมื่อ 700 ปีก่อนคริสตกาล ชื่อมารโคโปโลจึงบ่งบอกถึง 1) การรู้คุณค่าของอารยธรรมของโลกตะวันออกโดยชาวตะวันตก และ 2) ความเป็นต้นแบบที่แท้จริงของการรู้จักประโยชน์ของสมุนไพร
34 <u>THE TEA TASTER</u> <u>OF BAKER STREET</u> (Sunrose products inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของผู้ผลิตสินค้า	Baker Street เป็นชื่อนถนนในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษซึ่งเป็นที่ตั้งของที่พักของนักสืบผู้มีชื่อเสียงชื่อเชอร์ล็อกฮอลมส์ (Sherlock Holmes) เมื่อนำชื่อนี้มาตั้งกล่าวมาใช้ในพาดหัวหลักจึงเพิ่มความน่าเชื่อถือในรสชาติน้ำชาที่จำหน่ายเพราะเป็นน้ำชาที่ได้ผ่านการชง และชิมมาอย่างดีโดยนักชิมที่สามารถตรวจสอบความผิดปกติของรสชาติได้อย่างละเอียดถี่ถ้วนเช่นเดียวกับนักสืบเชอร์ล็อกฮอลมส์สามารถสืบสวนเงื่อนงำคดีต่างๆได้

ตารางที่ 19 การพรรณานววิเคราะห์การใช้คำสัมผัสอักษรในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำสัมผัสอักษร	คำอธิบาย
1 Iribal Tonics JOIN THE TRIBE!! (Tibal tonics, 1998, Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์	พาดหัวหลักใช้เสียงสัมผัสอักษร /v/ ในกลุ่มคำ ที่เป็นชื่อเว็บไซต์เพื่อให้ชื่อเว็บไซต์จำง่ายและ เพื่อบอกถึงความแรงในรสชาติของเครื่องดื่ม
2 Kyan Food PROCESSING & PACKAGING SDN.BHD. (Asia electronic publication, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภทธุรกิจ	เสียงอักษร /p/ ทำให้ชื่อองค์กรผู้ผลิตสินค้ามี ความไพเราะ อีกทั้งเสียงสัมผัสอักษร /-ing/ ยัง ช่วยเน้นกระบวนการผลิตและการบรรจุสินค้าที่ กำลังเกิดขึ้นเพื่อเน้นประเภทธุรกิจที่บริษัท Kyan Food ดำเนินการอยู่ให้เป็นที่รู้จักและจำง่าย
3 Elavor. Nutraceuticals. Botanicals. Folexco. (Folexco, n.d., Retrieved August, 2000)	เสริมเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีการซ้ำเสียงอักษร /f/ , /t/ และ /k/ เพื่อให้ภาษามีความลื่นไหลเช่นเดียวกับประเภท สินค้าซึ่งเป็นสินค้าที่มีสรรพคุณเป็นยาสมุนไพร บำรุงสุขภาพให้สวยงามทั้งภายนอกและภายใน
4 Welcome to Weird Pop on the Web (Weird pop, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความไพเราะ	การสัมผัสเสียงอักษร /w/ ในพยางค์ที่ 1, 4 และ 8 ทำให้ภาษาในพาดหัวหลักมีจังหวะ ขึ้นลงละดุดูและน่าฟัง
5 Aloe Vera Online (Intell net ltd, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความไพเราะ	พาดหัวหลักระบุว่าเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่ผลิตจาก ว่านหางจระเข้เป็นหลัก การใช้คำสัมผัสอักษร /r/ และ /l/ ทำให้น้ำเสียงของพาดหัวหลักอ่อนช้อยและ พลอยทำให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจว่าสินค้าอาหารเครื่องดื่ม ที่จำหน่ายย่อมมีรสชาติที่อ่อนละมุนเช่นกัน
6 WARNING Don't drink any more water until you read this (Asktom-naturally, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นความหนักแน่น ของการห้าม	เสียงสัมผัสอักษร /d/ และ /w/ ช่วยเพิ่มความ หนักแน่นของน้ำเสียงของประโยคคำสั่งในพาดหัวหลัก และช่วยสร้างความสนใจให้ผู้เยี่ยมชมสงสัย ใครรู้ เหตุผลของการห้าม

ตารางที่ 19 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสอักษร	คำอธิบาย
7 <u>W</u> elcome to <u>W</u> orld of Rooibos <u>H</u> erbal a <u>H</u> ealthier & <u>H</u> appier Life (Majus interactive inc., 1999, Retrieved August, 2000)	เน้นสรรพคุณสินค้า	การใช้คำสัมผัสอักษร /w/ และ /h/ ในคำบอกประเภท (herbal) และ สรรพคุณสินค้า (healthier & Tea For happier) เพื่อเน้นความเป็นหนึ่งเดียวกันหรือแยกกัน ไม่ออกกระหว่างน้ำชาสมุนไพรที่จำหน่ายในเว็บไซต์ซึ่งเมื่อดื่มแล้วร่างกายแข็งแรงและจิตใจเป็นสุข
8 <u>E</u> xcellent <u>A</u> s <u>A</u> lways (Herbalife distributor, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ของสินค้า	การซ้ำเสียงอักษร /E/, /X/ และ /w/ ช่วยเน้นความสม่ำเสมอในความเชื่อมโยงของเว็บไซต์ที่มีต่อเนื่องตลอดมา นั่นคือคำในพาดหัวหลักมีเสียงที่สม่ำเสมอเช่นเดียวกับคุณภาพสินค้า
9 <u>H</u> erbal <u>H</u> arvest (Concentric, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์	พาดหัวหลักสัมผัสอักษร /h/ และ แต่ละคำมี 2 พยางค์เท่ากัน การใช้คำสัมผัสอักษร /h/ จึงให้เสียงที่ไพเราะและมีจังหวะที่สอดคล้องกันระหว่างคำทั้งสอง อันจะทำให้ชื่อเว็บไซต์ herbal harvest จำง่ายขึ้น
10 <u>W</u> ild <u>W</u> eeds (Wild weeds, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์	การใช้คำสัมผัสอักษร /w/ ในคำพยางค์เดียว 2 คำ ทำให้ชื่อเว็บไซต์สั้น ไพเราะและจำง่าย,
11 <u>H</u> eritage <u>A</u> loe <u>E</u> ssence <u>A</u> n <u>A</u> ncient <u>H</u> erbal <u>H</u> ealer (The success for life group, 1998, Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ของสินค้า	เสียงสัมผัสอักษร /h/ และ /a/ ให้ความไพเราะและเก่าแก่อันเป็นเอกลักษณ์ของเครื่องดื่ม เพราะเสียงสัมผัสอักษรซ้ำหลายครั้งราวกับเป็นเสียงหอมโบราณร่ายมนต์คาถารักษาโรค,
12 <u>T</u> he <u>C</u> arrington <u>T</u> ea <u>C</u> ompany (The carrington tea, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความไพเราะ	เสียงสัมผัสอักษร /t/ และ /k/ ทำให้ชื่อองค์กรผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า ไพเราะน่าฟัง
13 <u>R</u> EAD <u>H</u> OW <u>W</u> E <u>C</u> HANGED <u>O</u> UR <u>L</u> IVES (Read how we changed our lives, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความไพเราะ	เสียงสัมผัสอักษร /r/ และ // ทำให้น้ำเสียงของการเชิญชวนให้อ่านโฆษณาน่าฟังขึ้น
14 <u>A</u> loe <u>L</u> ife Guterman International Co. (Aloe life, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภทสินค้า	เมื่อออกเสียงอักษร /l/ ซ้ำในคำว่า aloe และ life ทำให้เสียงของคำทั้ง 2 แทบผนวกเข้าเป็นคำเดียวกัน นั่นคือ a life ซึ่งมีเสียงคล้ายคำว่า alive ซึ่งมี

ตารางที่ 19 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสอักษร	คำอธิบาย
		ความหมายว่า ครีกรุ่นเร็นเรจ พาดหัวหลักจึงมีการกลมกลืนในเสียงของคำ 2 คำแล้วเกิดเสียงเหมือนคำๆใหม่ซึ่งคำใหม่นั้นมีความถึงสรรพคุณสินค้า
15 Look great, feel great ! Herbalife products help you lose weight and gain energy so you can live life to the fullest. (Look great, feel great, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประโยชน์ ของการบริโภค สินค้า	การใช้คำสัมผัสอักษร // ถึง 3 ครั้งและวางตำแหน่งคำไว้ใกล้กันช่วยเน้นประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้าให้เด่นชัดขึ้น
16 It's time... To lead an active life. (Creative design, 2000, Retrieved August, 2000)	เพิ่มความ หนักแน่น ของน้ำเสียง	พาดหัวหลักมีคำสัมผัสอักษร 3 ตัวอักษร คือ /a/, /I/ และ /U/ แต่เสียงที่หนักแน่นที่สุดคือ เสียง /U/ เพราะเมื่อแบ่งประโยคออกเป็น 3 ส่วน It's time/ to lead/an active life จะมีเสียง /U/ ในทุกส่วนซึ่งช่วยเพิ่มความจริงจังในน้ำเสียงของการเชิญชวนผู้เยี่ยมชมให้ปรับเปลี่ยนชีวิตให้กระฉับกระเฉงขึ้น
17 Here's to your HEALTH AriZona (Squinn@ivytech.com, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	หากอ่านเฉพาะคำที่สัมผัสอักษร /h/ หรือ here's health พาดหัวหลักข้างต้นจะมีความหมายว่า ที่นี่มีพลัง ดังนั้น การใช้คำสัมผัสอักษร /h/ จึงเป็นการซ้ำอักษรของคำที่บอกเอกลักษณ์ของเว็บไซต์เพื่อสร้างความสนใจ
18 ONEONONE NUTRITION GET THE FACTS, GET THE FUEL, GET EIT. (One on one nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประโยชน์ ของการบริโภค สินค้า	การใช้คำสัมผัสอักษร // เน้นถึงประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชมจะได้รับจากการบริโภคสินค้าและบ่งบอกถึงการเตรียมประโยชน์ต่างๆไว้อย่างเป็นระบบระเบียบเพื่อรอให้ผู้เยี่ยมชมเข้าไปเก็บเกี่ยว
19 BestBody All Natural, Herbal Products And More... (XO™ website, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์	การรวม best และ body เข้าเป็นกลุ่มคำเดียวกันทำให้เกิดการสัมผัสอักษร /b/ ซึ่งช่วยให้กลุ่มคำ bestbody เป็นชื่อเว็บไซต์ที่จำง่าย

ตารางที่ 19 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสอักษร	คำอธิบาย
20 Davinci fine foods (The wendy house, 2000, Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์ ของการลิ้มรส	พาดหัวหลักมีคำสัมผัสอักษร /f/ เพื่อให้ชื่อเว็บไซต์ สละสลวย และเพื่อเน้นประเภท (food) และจุดเด่น (fine) ของสินค้า
21 SEASILVER USA "The leader in foundational health" (Sea silver USA inc., 1995, Retrieved August, 2000)	สร้างความรู้สึก ของการลิ้มรส	เสียงสัมผัสอักษร /s/ ทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกทราบว่า ได้จับเครื่องดื่มจริงเพราะเสียง /s/ เหมือน เสียงริมฝีปากสัมผัสขอบแก้วดังซิฟ (sip)
22 Rooibos First & Finest (Minds eye productions, 1999, Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีคำสัมผัสอักษร /f/ ในคำบอกเอกลักษณ์ น้ำชายี่ห้อ Rooibos เพื่อทำให้ภาษาโฆษณามีความ สละสลวยสมกับเป็นโฆษณาของเครื่องดื่มที่ ยอดเยี่ยมที่สุด
23 Sweevia Single Serving Packets Pure Natural Herbal Extract (At-stevia inc., n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีเสียงอักษรสัมผัสกัน 3 เสียง คือ /s/, /p/ และ /ə/ โดยคำที่สัมผัสอักษรนั้นล้วนเป็นคำที่ทำ หน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ขยายคำนาม extract ดังนั้น การใช้คำสัมผัสอักษรในพาดหัวหลักข้างต้นจึงมุ่งที่จะ เน้นเอกลักษณ์ของสินค้าว่ามีความพิเศษ ไม่ซ้ำใคร เหมือนคำโฆษณา
24 Body Wise Giving your Body the Best (S.B. Body wise, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์	พาดหัวหลักมีคำสัมผัสอักษร /b/ ในคำว่า body และ best ซึ่งเป็นชื่อเว็บไซต์เพื่อให้ชื่อ เว็บไซต์สละสลวยและจำง่าย
25 Welcome to Country Cottage Works (Country cottage work, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความไพเราะ	เสียงอักษร /k/ เสริมให้ชื่อเว็บไซต์ไพเราะน่าฟัง
26 Herbal100.com Herbal Heaven (Wynning publication herbal 100, 2000, Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	การใช้คำสัมผัสอักษร /h/ ในคำทุกคำในพาดหัวหลัก ช่วยเน้นย้ำเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่า เป็นสถานที่ที่บริบูรณ์ด้วยสมุนไพรนานาพันธุ์ เช่นเดียวกับคำโฆษณาที่เต็มไปด้วยตัวอักษร h
27 Musclesoft.com Discount Anti-Aging and Bodybuilding products	เน้นสรรพคุณ ของสินค้า	พาดหัวหลักมีลักษณะการใช้คำสัมผัสอักษร 4 อย่าง คือ 1) เรียงตามลำดับพยัญชนะ a-b 2) สร้างจาก คำกริยาเติม -ing 3) มีจำนวนพยางค์ 4 พยางค์

ตารางที่ 19 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสอักษร	คำอธิบาย
(Health source, n.d., Retrieved August, 2000)		และ 4) ทำหน้าที่ขยายค่านาม products ลักษณะดังกล่าวทำให้พาดหัวหลักมีคำบรรยาย สรรพคุณสินค้าที่สละสลวยสมกับเป็นการโฆษณา สินค้าที่เสริมสร้างความงาม ความสมส่วนให้ร่างกาย
28 <u>Kava</u> <u>Kanada</u> (Kava kanada, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภท และแหล่งกำเนิดสินค้า	คำสัมผัสอักษรเป็นชื่อสมุนไพร Kava และชื่อประเทศ Canada ซึ่งเปลี่ยนตัวอักษร c เป็นตัวอักษร k เพื่อ ให้พาดหัวหลักเป็นกลุ่มคำพ้องรูปและพ้องเสียงซึ่ง ทำหน้าที่บอกชนิดและแหล่งกำเนิดของสมุนไพร และ ยังทำให้ได้ชื่อเว็บไซต์ที่จำง่ายด้วย
29 <u>Herbal Supplement</u> <u>Diet, Skin, Hair, and</u> <u>Body Care That</u> <u>You Deserve</u> (Galaxy mall, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประเภทสินค้า	พาดหัวหลักประกอบด้วยคำสัมผัสอักษร /b/ /s/ /k/ และ /d/ เพื่อให้ภาษาโฆษณาสอดคล้องกับ เอกลักษณ์ของสินค้าซึ่งเป็นสินค้าบำรุงสุขภาพทั้ง ภายในและภายนอกในร่างกายในหมวดหมู่เดียวกันและ เพื่อให้ภาษาโฆษณามีความสละสลวยสมกับเป็น สินค้าสำหรับการประพินโฉมที่มีค่าและคู่ควรกับ ผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 20 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำสัมผัสสระในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสสระ	คำอธิบาย
1 <u>A Healthy, Wealthy</u> <u>Body With Nutrition</u> <u>For Life</u> (List bot, 2000, Retrieved August, 2000)	เน้นสรรพคุณ ของสินค้า	เสียงสัมผัสสระ // ในพยางค์ที่ 2 ของ healthy, wealthy และ body เน้นความเป็นหนึ่งเดียวกัน ของสรรพคุณที่ผสมรวมกันอยู่ในสินค้านี้หรือ Nutrition For Life
2 <u>Welcome to</u> <u>Essential Health and</u> <u>Wellness, Inc.</u> (Essential health and wellness inc., n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อองค์กร ผู้ผลิตสินค้า	การใช้สัมผัสสระ /e/ ในคำว่า essential, health และ wellness ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชื่อองค์กร ผู้ผลิตสินค้านี้มีจุดประสงค์เพื่อทำให้ชื่อนั้นไพเราะ จำง่ายและยังเป็นการเน้นคำที่บอกเอกลักษณ์ ขององค์กรให้สะดุดหูด้วย

ตารางที่ 20 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสสระ	คำอธิบาย
3 <u>Health and Wealth</u> (Health and wealth, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	เสียงสระ /e/ ที่เหมือนกันในคำว่า health และ wealth เน้นความมั่งคั่งและกำลังวังชาที่มีอยู่คู่กันภายในเว็บไซต์ หรืออีกความหมายหนึ่งก็คือ เว็บไซต์เป็นแหล่งสร้างฐานะและพลังกำลัง
4 <u>Happy healthy & wealthy</u> <u>Achieve Physical, Mental & Financial</u> <u>Well-Being</u> (Happy healthy and wealthy, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประโยชน์ ของการบริโภค และจำหน่าย	การใช้คำสัมผัสสระ /o/ ของคำคุณศัพท์ physical mental และ financial และเสียง /i/ ในคำว่า healthy และ wealthy เน้นประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชมพึงได้รับจากเว็บไซต์ทั้งทางกาย ใจ และการ เงิน ซึ่งเป็นผลตอบแทนต่อสิ่งที่ไม่มีวันแยกจากกัน
5 <u>THE HERB CORNER & LEARNING CENTER</u> (Graphic mac, 1998, Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	พาดหัวหลักระบุว่าเว็บไซต์เป็นร้านค้าและศูนย์การเรียนรู้ การใช้คำสัมผัสสระ /o/ และ สัมผัสอักษร /k/ ในค่านาม center และ corner จึงเน้นความเป็นหนึ่งเดียวของสถานที่จำหน่ายและถ่ายทอดวิชาที่รวมไว้ในเว็บไซต์ และ เสียง /k/ ซึ่งเป็นเสียงที่หนักแน่นยังบ่งบอกถึงความมั่นคง น่าเชื่อถือ
6 <u>Traditional Herbal Remedies & Beauty Aids</u> (Traditional herbal remedies and beauty aids, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของสินค้า	เสียงสระ /o/ ในคุณศัพท์ traditional และ herbal ซึ่งบอกลักษณะของสินค้า และเสียงสระ /i/ ในคำว่า remedies และ beauty ซึ่งบอถึงประเภทสินค้า ทำให้น้ำเสียงของพาดหัวหลักนุ่มนวล อ่อนโยน สัมกับเอกลักษณ์ของสินค้าที่เป็นยาสมุนไพรและเครื่องประพินโคมแบบโบราณ
7 <u>Lalini Exports Grower Processor And Exporter</u> (Sys-tec international, 1999, Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของผู้ผลิต	เสียงสระ /o/ ที่เหมือนกันในคำว่า grower, processor และ exporter ทำให้พาดหัวหลักมีความไพเราะและเน้นความต่อเนื่องของกระบวนการปลูก แปรรูปและส่งออกสินค้าออกจำหน่ายต่างประเทศ
8 <u>FOREVER LIVING PRODUCTS INT'L</u> <u>World's largest grower,</u>	เน้นเอกลักษณ์ ของผู้ผลิต	การซ้ำเสียงสระ /o/ ทั้งในชื่อองค์กรผู้ผลิต (Forever) และประเภทธุรกิจ (grower, manufacturer,distributor) เน้นความต่อเนื่อง

ตารางที่ 20 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสสระ	คำอธิบาย
manufacturer, and distributor of natural aloe vera products (Forever living products international, n.d., Retrieved August, 2000)		ในความเป็นผู้ผลิตครบวงจรนับตั้งแต่การปลูกแปรรูป และจำหน่าย
9 ADNIM COMPANY BIO-ORGANIC Herbal Tea <u>Growers & Manufacturers</u> (MAVUA group of companies, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของผู้ผลิต	เสียงสัมผัสสระ /อ/ เน้นความต่อเนื่องของ ความเป็นผู้ปลูกและผลิตใบชาเองของบริษัท Adanim
10 <u>Alpha Omega</u> Marketing (Alpha omega mktg, 2000, Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อองค์กร ผู้จำหน่ายสินค้า	เสียงสัมผัสสระ /อ/ ในคำว่า Alpha และ Omega ทำให้ชื่อองค์กรผู้จำหน่ายสินค้ามีความไพเราะ
11 SNOW DEER We are an established <u>manufacturer, distributor</u> and <u>exporter</u> of natural health organic food & beverage and other related products. (Asia electronic publication, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของผู้ผลิต	เสียงสัมผัสสระ /อ/ ในคำว่า manufacturer, distributor และ exporter บ่งบอกเอกลักษณ์ ความครบวงจรของการเป็นผู้ผลิต ผู้ขาย และ ผู้ส่งออกของบริษัท Snow Deer
12 Premium <u>Hawaiian Awa</u> and <u>Fijian Kava</u> (Premium Hawaiian awa and Fijian kava, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อและ แหล่งกำเนิด สินค้า	Awa และ Kava เป็นสมุนไพรชื่อดังแห่งเกาะ ฮาวายและเกาะฟิจิ เมื่อนำมาใช้เป็นคำสัมผัส สระ /า/ และสระ /ิอ/ ตามลำดับนั้น เป็นการใช้ เสียงสัมผัสสระอย่างคู่ขนานระหว่างคุณศัพท์ที่ บอกแหล่งกำเนิด (Hawaiian และ Fijian) และคำนาม ที่เป็นชื่อเฉพาะของสายพันธุ์ของสมุนไพร (Awa และ Kava) ซึ่งทำให้ภาษาโฆษณาสะดวก
13 THE <u>HERBALIST</u> NORTHWEST HERB <u>SPECIALIST</u> (The herbalist@theherbalist.com, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของผู้ผลิต	พาดหัวหลักมีคำสัมผัสสระ /ิส/ ซึ่งเป็นปัจจัย (suffix) ที่มีความหมายว่า "บุคคล" การใช้เสียงสัมผัสสระ ในคำว่า herblist และ specialist จึงเน้นความเป็น บุคคลผู้มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่าย

ตารางที่ 20 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำสัมผัสสระ	คำอธิบาย
14 Slendor Vendor (Slendor vendor, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นชื่อเว็บไซต์	เสียงสัมผัสสระ /ə/ ทำให้ชื่อเว็บไซต์ไพเราะ และจำง่าย
15 Herbalifeisgreat.com Shape your <u>body</u> , Be <u>healthy</u> , Enjoy income <u>opportunity</u> . (Herbalife is great, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นประโยชน์ ของการบริโภค หรือจำหน่าย สินค้า	เสียงสระ /i/ ในคำนามและคำคุณศัพท์ช่วยเน้น ประโยชน์ซึ่งได้แก่ พลาแนมัย (healthy) ความสวย (beauty) และ โอกาสในการ สร้างรายได้ (opportunity) ที่ผู้เยี่ยมชมจะได้รับหาก บริโภคหรือจำหน่ายสินค้ายี่ห้อ Herbalife
16 What Are You Looking For ? <u>Health</u> or <u>Wealth</u> (What are you looking for? health or wealth, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	คำนาม health และ wealth มีเสียงสระ /e/ เหมือนกัน แต่แตกต่างกันที่ความหมายและตัวอักษร h และ w ความเหมือนที่แตกต่างดังกล่าวทำให้พาดหัวหลัก น่าสนใจ

ตารางที่ 21 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ชื่อผู้ประกอบการผ่านอินเทอร์เน็ตในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อ ผู้ประกอบการผ่านอินเทอร์เน็ต	คำอธิบาย
1 The Herb Nook Helen Porter, Proprietor (Glyndak@yahoo.com, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ	พาดหัวหลักระบุชื่อเฮเลน พอร์ตเตอร์ (Helen Porter) เพื่อแนะนำให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักชื่อผู้ประกอบการหรือผู้จำหน่ายสินค้าเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทั้งจากหน้าร้านปกติและจากเว็บไซต์
2 Herbalife Independent Distributor - Iain Bailey (Herbalife independent distributor, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ	พาดหัวหลักระบุชื่อไเียน ไบเลย์ (Iain Bailey) และ ชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้า Herbalife เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม สามารถตรวจสอบได้ว่าไเียน ไบเลย์ เป็นตัวแทน จำหน่ายสินค้าจริง มิได้แอบอ้างแล้วจำหน่ายสินค้า เลียนแบบยี่ห้อ Herbalife นอกจากนั้น การใช้ ตัวสะกด Iain และ Herbalife ต่างไปจากปกติที่ว่า Ian และ Herballife ยังทำให้พาดหัวหลักสะดุดตาด้วย

ตารางที่ 21 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้	คำอธิบาย
ชื่อผู้ประกอบการกิจการผ่านอินเทอร์เน็ต		
3 <u>Gray & Seddon</u> Merchants of Premium Tea (David Gray, 1998, Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ	พาดหัวหลักระบุชื่อพอดค้า Gray และ Seddon พร้อมกับประเภทสินค้าเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักทั้ง ประเภทสินค้าและชื่อผู้จำหน่ายที่สามารถติดต่อได้
4 <u>Welcome to</u> <u>Frair & Grimes</u> Purveyors of Fine Tea (Frair and Grimes, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ	การแนะนำด้วยชื่อหุ้นส่วนร่วมกันของ Frair และ Grimes ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น เพราะผู้เยี่ยมชมสามารถเรียกชื่อใดชื่อหนึ่ง แทนกันได้
5 <u>HERBALIFE</u> <u>Debra Christensen</u> Independent Distributor (Herbalife independent distributor, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ	พาดหัวหลักระบุชื่อผู้ผลิตสินค้าและชื่อ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ
6 <u>Rita Louise</u> Body, Mind & Soul Healer An Alternative Approach To Health (Body mind and soul healer, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการและ ประเภทธุรกิจ	พาดหัวหลักแนะนำชื่อผู้ประกอบการ (Rita Louise) และประเภทธุรกิจเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมใช้ ประกอบการตัดสินใจใช้บริการรับการรักษา
7 <u>PAUL & DIANA</u> <u>GOODWIN</u> Products Working in Natural Harmony (Paul and Diana Goodwin, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ	การระบุชื่อ 2 ชื่อแต่ 1 นามสกุลบอกให้รู้ว่าเป็น เว็บไซต์ที่เป็นธุรกิจของครอบครัว ผู้เยี่ยมชม สามารถติดต่อด้วยการเรียกนามสกุลแทนได้ หากไม่ต้องการเจาะจงคนใดคนหนึ่งเกินไป
8 <u>Jean's Greens</u> Herbal Tea Works! (Rflanstrap@aol.com, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ, ประเภทและ สรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักเจาะจงชื่อผู้จำหน่าย ประเภทและ สรรพคุณสินค้าไว้ภายใน 1 ประโยคเพื่อให้ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอย่างกระชับและตรงไปตรงมา
9 <u>thompson's fineteas.com</u>	แนะนำชื่อเจ้าของ กิจการ	พาดหัวหลักข้างต้นเป็นพาดหัวหลักของ เอกสารโฆษณาที่มีรูปแบบเป็นจดหมายบรรยาย

ตารางที่ 21 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้	คำอธิบาย
ชื่อผู้ประกอบการผ่านอินเทอร์เน็ต		
(Thompson's fine teas, n.d., Retrieved August, 2000)		สรรพคุณน้ำชาที่จำหน่ายและลงท้ายด้วยลายมือชื่อของ Thompson ผู้เป็นเจ้าของกิจการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เยี่ยมชมว่า หากไม่พอใจในรสชาติ น้ำชาสามารถตำหนิมาได้ที่ Thompson
10 <u>Mary's Herbs & Tridology</u> (Mary's herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	พาดหัวหลักที่ 10, 11 และ 12 มุ่งเน้นที่จะแนะนำชื่อผู้ประกอบการและประเภทสินค้า ซึ่งหากเขียนชื่อและค่านาม herb ติดกันจะกลายเป็นชื่อเว็บไซต์ดังนั้น พาดหัวหลักจึงทำหน้าที่แนะนำชื่อเว็บไซต์ด้วย
11 <u>Cheryl's Herbs</u> (Cheryl's herbs, n.d., Retrieved August, 2000)		
12 <u>Erma's Herbs</u> All Natural Herbs and Herbs Products (Erma's herbs and herbs products, n.d., Retrieved August, 2000).)		
13 <u>Sweet Annie Herbs</u> (Sweet Annie herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	พาดหัวหลักแนะนำชื่อ Annie พร้อมกับมีคุณศัพท์ sweet นำหน้าชื่อเพื่อเพิ่มความไพเราะและเพื่อให้สมุนไพรน่าซื้อยิ่งขึ้น
14 <u>Achievers Unlimited</u> <u>Michael Lowery</u> Independent Distributor (Achievers unlimited, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	พาดหัวหลักขึ้นต้นด้วยชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้า Achievers Unlimited แทนการใช้ชื่อผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวเพื่อให้ชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้าซึ่งเป็นที่รู้จักกว้างขวางมากกว่า ช่วยเสริมให้สินค้าน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น
15 <u>HEALTH FOR LIFE</u> Consulting <u>Jane Warr</u> Nutritional Consultant Herbalife Independent Distributor (Health for life, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	พาดหัวหลักสร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า โดยระบุชื่อเจ้าของกิจการ Jane Warr และระบุอาชีพว่าเป็นที่ปรึกษาด้านโภชนาการบ่งบอกถึงควมมีคุณภาพของเครื่องดื่ม

ตารางที่ 21 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้	คำอธิบาย
ชื่อผู้ประกอบการผ่านอินเทอร์เน็ต		
16 <u>EARNEST AND SAM'S NUTRITION & CLEANING</u> (Earnest and Sam's nutrition and cleaning, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการและประเภทสินค้า	พาดหัวหลักระบุชื่อผู้ประกอบการและประเภทสินค้าเพื่อแนะนำชื่อและคุณสมบัติของสินค้าอาหารเครื่องดื่มที่ถูกหลักโภชนาการและถูกอนามัย
17 <u>Camille's herbal gifts</u> (EarthLink inc., 2000, Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	แม้ชื่อ Camille จะเป็นชื่อเฉพาะแต่เมื่อมีกลุ่มคำบอกประเภทสินค้า herbal gift ทำให้พาดหัวหลักให้ข้อมูลที่เพียงพอผู้ประกอบการและสินค้าที่จำหน่ายว่าเหมาะที่จะใช้เป็นของขวัญแสดงน้ำใจของผู้ให้
18 <u>Anne W. McAlister's THE AIM COMPANIES</u> "Improving Quality of Life" (The AIM companies, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	พาดหัวหลักระบุชื่อ นามสกุล ชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้าและคำขวัญ เพื่อให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเว็บไซต์ว่าเกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพชีวิตซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสูงสุดของการดำรงชีวิต
19 <u>Nutrition For Life Paul Spade</u> Executive Distributor (Pascomputers.com, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	การระบุชื่อของตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่มีคุณค่าทางโภชนาการแต่เพียงผู้เดียวของ Paul Spade เปิดโอกาสให้ผู้เยี่ยมชมได้ตรวจสอบไปยังบริษัทผู้ผลิตสินค้า (Nutrition For Life) เพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อของการจำหน่ายสินค้าเลียนแบบ
20 <u>PISTOL & BURNES</u> (Vivid cyberworks, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	Pistol & Burnes เป็นชื่อของผู้ประกอบการผ่านอินเทอร์เน็ตโดยก่อนหน้านี้เคยเป็นเกษตรกรไร่ชา กาแฟมาก่อน พาดหัวหลักจึงเป็นการใช้ชื่อเจ้าของกิจการเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่าจะบอกประเภทหรือสรรพคุณสินค้าที่เป็นประโยชน์หรือตรงตามความต้องการของผู้เยี่ยมชม
21 <u>Abby's Herbs</u> Your online herb shop! (Abby's herbs company, 1997,	แนะนำชื่อเจ้าของกิจการ	Abby เป็นชื่อผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าสมุนไพรซึ่งเป็นชื่อเดียวกับ Abby ผู้รับปรึกษาและตอบปัญหาครอบครัว พาดหัวหลักข้างต้นจึงทำหน้าที่

ตารางที่ 21 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้	คำอธิบาย
ชื่อผู้ประกอบการผ่านอินเทอร์เน็ต		
Retrieved August, 2000)		แนะนำชื่อเจ้าของกิจการและบ่งบอกถึงความเป็นเว็บไซต์ที่พร้อมให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสมุนไพร
22 <u>Phit Happens</u>	แนะนำชื่อ	พาดหัวหลักระบุประเภทธุรกิจ (health & fitness)
Your Partner in Health and Fitness	เจ้าของกิจการ	และชื่อเจ้าของกิจการ (Phit Happens) ซึ่งมีเสียงคล้ายกลุ่มคำ fit happens เพื่อบ่งบอกว่าเว็บไซต์เป็นเพื่อนคู่คิด มีตรรกะที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรง
(Phit happens, n.d., Retrieved August, 2000)		
23 <u>Jody's Teas-N-More</u>	แนะนำชื่อ	ภาษาอังกฤษในพาดหัวหลักสร้างความรู้สึก
(Jody's teas, n.d., Retrieved August, 2000)	เจ้าของกิจการ	เป็นกันเองด้วยการระบุชื่อ Jody และตัวอักษร N แทนคำสันธาน and เพื่อให้พาดหัวหลักกระชับเหมือนภาษาที่ใช้พูดในชีวิตประจำวัน
24 <u>Rainey Ginseng Products Inc.</u>	แนะนำชื่อ	Rainey เป็นนามสกุลของครอบครัวผู้ปลูกและจำหน่ายสมุนไพรหนึ่งในประเทศแคนาดา
(Rainey ginseng products inc., n.d., Retrieved August, 2000)	สินค้าและนามสกุลของเจ้าของกิจการ	นามสกุล Rainey จึงถูกใช้เป็นชื่อสินค้าและไรโซมเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จของธุรกิจครอบครัวและเพื่อแนะนำและเน้นชื่อสินค้าผลิตจากสมุนไพร Rainey ด้วย
25 <u>The Wessex Group</u>	แนะนำนามสกุล	พาดหัวหลักข้างต้นเป็นพาดหัวหลักของเว็บไซต์
Visit our online stores	เจ้าของกิจการ	ในเครือข่ายของครอบครัวที่มีนามสกุล Wessex ดังนั้น การใช้นามสกุลเป็นส่วนหนึ่งของพาดหัวหลักจึงมีจุดประสงค์เพื่อแนะนำและเน้นความเป็นธุรกิจของครอบครัวให้เป็นที่รู้จักและจดจำ
(The Wessex group, n.d., Retrieved August, 2000)		
26 <u>DaKara Kies Company</u>	แนะนำชื่อ	DaKara Kies เป็นชื่อและนามสกุลของ
Holistic Products For Health	เจ้าของกิจการ	ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้หญิงที่เรียนรู้วิธีการรักษาอาการเจ็บป่วยจากความทุกข์ทรมาน
(Webmistress W. Lloyd, n.d., Retrieved August, 2000)		จากโรคร้ายของตัวเอง แล้วหันมาประกอบอาชีพเป็นผู้จำหน่ายสินค้าและให้คำปรึกษาปัญหาสุขภาพ พาดหัวหลักจึงทำหน้าที่แนะนำชื่อผู้ประกอบการและเอกลักษณ์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก

ตารางที่ 21 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ ชื่อผู้ประกอบการผ่านอินเทอร์เน็ต	คำอธิบาย
27 <u>Simpson & Vail</u> Quality Teas & Coffees Since 1929 (Evolving systems inc., n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อ เจ้าของหรือผู้ก่อตั้ง กิจการ	พาดหัวหลักระบุว่า ชาและกาแฟได้รับการจัด จำหน่ายโดย Simpson และ Vail ซึ่งอาจเป็นชื่อหรือ นามสกุลของผู้ก่อตั้งกิจการนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักชื่อ ดังกล่าวและเพื่อเป็นเกียรติและเป็นอนุสรณ์ถึงผู้ก่อตั้ง กิจการ

ตารางที่ 22 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้สัญลักษณ์ในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้สัญลักษณ์	คำอธิบาย
1 <u>POWERHERBS 2000</u> <u>YOUR ANTI-AGING</u> <u>HEADQUARTERS AND</u> <u>HERBAL RESOURCE CENTER</u> (Ultimate search inc., n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นความยิ่งใหญ่ ของเว็บไซต์	พาดหัวหลักเปรียบเทียบกับเว็บไซต์เป็น สำนักงานใหญ่แห่งการรักษาที่รวบรวมให้ช่วยกัน และเป็นแหล่งรวมสมุนไพร คำว่า headquarter จึงให้ภาพของศูนย์บัญชาการกลาง ที่มีเครื่องมือและบุคลากรที่พร้อมให้บริการ
2 <u>Welcome to our Home</u> in Cyberspace (Essential dreams, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความ เป็นกันเอง	พาดหัวหลักเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือน บ้านที่อบอุ่น ปลอดภัยในจักรวาลอันไร้ขอบเขต ของไซเบอร์สเปซ คำว่า home ให้ความรู้สึก ของโมตรียิตในการต้อนรับขับสู้ของเจ้าของเว็บไซต์
3 <u>Welcome...</u> to the <u>home</u> of Earth Images Pty.Ltd. (ARM digital enterprises, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความ เป็นกันเอง	พาดหัวหลักเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือนบ้าน คำว่า home บ่งบอกถึงสถานที่ที่เป็นส่วนตัว เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกคุ้นเคยและสามารถเลือกชม ที่ต้องการได้ทุกหนแห่ง
4 <u>Welcome to the</u> <u>Komboucha Tea World</u> (Komboucha tea world, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความ เป็นเว็บไซต์ สรรพสินค้า	พาดหัวหลักเปรียบเทียบกับเว็บไซต์เป็นโลกที่บรรจุไว้ด้วย ชายี่ห้อ Kombucha คำว่า world ให้ภาพของความ ยิ่งใหญ่ไพศาลของเว็บไซต์ที่ล้นหลามไปด้วยน้ำชา

ตารางที่ 22 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้อุปลักษณะ	คำอธิบาย
5 A world of TEA (The slash tea company, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมน้ำชา	พาดหัวหลักเปรียบเว็บไซต์เป็นเสมือนโลกทั้งใบ ที่บรรจุด้วยน้ำชาเพียงอย่างเดียว คำนาม world บ่งบอกถึงความเป็นศูนย์รวมแห่งน้ำชานานาชนิด
6 HEALTH SUPPLEMENTS GALLERY (Health supplements gallery, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกคุณภาพ ของสินค้า	พาดหัวหลักเปรียบเว็บไซต์เป็นห้องแสดงงานศิลปะ ภาพเขียน คำนาม gallery บอกให้รู้ว่ามีเพียงผลงานที่ ประณีต สวยงามที่ผ่านการคัดสรรแล้วเท่านั้นที่จะมี โอกาสสวดโฉมต่อสายตาสาธารณชน หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ภายในเว็บไซต์มีเพียงสินค้าที่มีคุณภาพ ผ่านการ ผลิตและคัดสรรมาอย่างดีแล้ว
7 Life is not a <u>dress rehearsal</u> . Enriching your quality of life through good nutrition is Herbalife's whole focus. (Scoot.com plc., n.d., Retrieved August, 2000)	เปรียบเทียบ ภาพพจน์	พาดหัวหลักกระแนะ ชีวิตเปรียบไม่ได้กับการ ลองสวมใส่เสื้อผ้าเพราะชีวิตไม่สามารถละทิ้ง หรือเปลี่ยนใหม่ได้ง่ายและฉับพลันทันที ดังนั้น วิธีที่จะรักษาความกระชุ่มกระชวยให้ชีวิตก็คือ บริโภคสินค้าที่โฆษณา การเปรียบเทียบข้างต้น จึงให้ภาพของสุขภาพร่างกายที่จะติดตัวไป ตลอดชีวิตและไม่อาจโยนทิ้งได้
8 Your Weight Loss <u>Journey</u> Doesn't Have To Be Alone. (Your weight loss journey doesn't have to be alone, n.d., Retrieved August, 2000)	เปรียบเทียบ ภาพพจน์	พาดหัวหลักเปรียบเทียบการลดน้ำหนักว่าเป็นเสมือนการ เดินทางเพื่อให้เกิดภาพระยะทางและอุปสรรคที่รออยู่ ก่อนถึงเส้นชัยเพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชมเห็นว่า เพื่อนร่วมทางที่พร้อมจะช่วยเหลืออย่างเช่นสินค้า ของเว็บไซต์เป็นปัจจัยนำไปสู่ความสำเร็จ
9 Herbal Lane NATURAL ALTERNATIVES FOR LIFE (The creators of cruising America, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมสมุนไพร	พาดหัวหลักเปรียบเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือน เส้นทางที่เต็มไปด้วยสมุนไพรนานาชนิดซึ่งเป็น การเปรียบเทียบที่ให้ภาพของเว็บไซต์ที่มี สมุนไพรช่วยรักษาอาการเจ็บป่วยตราบเทาที่ ผู้เยี่ยมชมยังเหยียบย่างอยู่บนเส้นทางนี้
10 <u>House</u> of Nutrition (House of nutrition, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมอาหาร ที่ถูกหลักโภชนาการ	พาดหัวหลักเปรียบเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือน ทำเนียบแห่งโภชนาการเพื่อให้เกิดภาพของ อาคารสถานอันโอ่อ่าที่สะดวกสบายและ พร้อมพร้อมด้วยอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

ตารางที่ 22 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้อุปลักษณ์	คำอธิบาย
11 WELCOME TO OUR COFFEE AND TEA GOURMET WORLD (Egar technology inc., 2000 Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมชา กาแฟ	พาดหัวหลักเปรียบเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือนโลก ของผู้นิยมดื่มชาและกาแฟ กลุ่มคำ gourmet world ให้ภาพของศูนย์รวมความสุนทรีย์ของ รสชาติที่คลั่งคลั่งด้วยชาอุ่น กรุ่นด้วยกลิ่น กาแฟและศูนย์รวมของผู้ชำนาญการด้านชา กาแฟ
12 Welcome to Our <u>World</u> of Tea! (World of tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมน้ำชา	พาดหัวหลักเปรียบเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือนโลก แห่งน้ำชาเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมจินตนาการว่าเว็บไซต์ เป็นอาณาจักรขนาดมหึมาที่รวมน้ำชา สารพัดชนิดไว้
13 WWW.Health <u>Salon</u> (Sunset marketing for health salon.com, 1998, Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น สถานบำรุง สุขภาพ	เว็บไซต์ได้รับการเปรียบเทียบกับเป็นเสมือน สถานเสริมความงามให้กับสุขภาพเพื่อให้เกิดภาพ ของเว็บไซต์ที่สามารถปรับเปลี่ยนสุขภาพให้เป็นตาม ต้องการรวมกับการเสริมความงามจากร้านเสริมสวย
14 WELCOME TO JOY LUCK HERBAL GARDEN! (Joyluck herbal garden, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์สมุนไพร	พาดหัวหลักเปรียบว่าเว็บไซต์เป็นสวนสมุนไพร เพื่อให้เกิดภาพของสวนสมุนไพรเขียวชะพรั่ง และมีสมุนไพรสดรอให้เลือกสรร
15 Sportron International Inc. Your <u>RoadMap</u> to Wellness and Beyond! (Sportron international inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	พาดหัวหลักเปรียบองค์กร Sportron ว่าเป็น เสมือนแผนที่นำทางไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมองเห็นประโยชน์ของเว็บไซต์ ว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะขาดเสียมิได้หากต้องการ ความกินดีอยู่ดี
16 <u>World</u> ofHerbs.com (World of herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมสมุนไพร	คำนาม world เป็นคำที่ใช้เปรียบเทียบกับเว็บไซต์ เป็นเสมือนดินแดนแห่งสมุนไพรได้อย่างพอเหมาะ เพราะให้ภาพของสถานที่ที่เต็มไปด้วยสมุนไพร นานาชนิด
17 goldkili.com <u>World</u> of Instant Beverage (Strategic thinking business, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวม เครื่องดื่มพร้อมดื่ม	พาดหัวหลักเปรียบเว็บไซต์เป็นโลกแห่งเครื่องดื่ม สำเร็จรูปที่ไม่ต้องต้ม ไม่ต้องชง เพื่อเน้น ความเป็นศูนย์รวมเครื่องดื่มแห่งความสะดวก

ตารางที่ 22 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้อุปลักษณะ	คำอธิบาย
18 <u>BEVERAGELAND</u> (Only enterprise™, 1998, Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมเครื่องดื่ม	เว็บไซต์ได้รับการเปรียบเทียบกับดินแดนที่ ผู้เยี่ยมชมจะได้ดื่มด่ำใจด้วย เครื่องดื่มสารพัดชนิด
19 Welcome to The <u>World</u> of Templar Teas (Templar food products, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ศูนย์รวมน้ำชา	พาดหัวหลักเป็นการกล่าวต้อนรับผู้เยี่ยมชมเข้าสู่โลก แห่งน้ำชาของสมาคมที่มุ่งกำจัดของมีนเมา ดังนั้น พาดหัวหลักจึงบ่งบอกเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็น เว็บไซต์จำหน่ายเพียงเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพที่ไม่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์
20 <u>Gateway to Nubia</u> (Ride Hastie photography & design, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกความเป็น ประตูสู่ประเทศ ต้นกำเนิดสินค้า	ประเทศนูเบียหรือประเทศซูดานในปัจจุบันอยู่ในทวีป แอฟริกา ซึ่งมีความร้อนและความแล้งเป็นเอกลักษณ์ การใช้คำนาม gateway จึงมุ่งที่จะแนะนำว่าเว็บไซต์ เป็นทางผ่านไปสู่ประเทศนูเบียหรืออีกนัยหนึ่งคือ เครื่องดื่มจำหน่ายโดยชาวนูเบียแล้วนำรายได้ไป ช่วยเหลือชาวนูเบีย
21 <u>The sun rises with</u> <u>Life-Caffe</u> . (The sun rises with Life-Caffe, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักระบุสรรพคุณของเครื่องดื่ม Life-Caffe ว่าจะทำให้ชีวิตสดใสเหมือนเวลาพระอาทิตย์ขึ้นเพื่อ ให้ผู้เยี่ยมชมจินตนาการถึงความกระปรี้กระเปร่าที่จะ ได้รับจากเครื่องดื่มยี่ห้อดังกล่าว

ตารางที่ 23 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ตัวเลขในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ ตัวเลข	คำอธิบาย
1 1adiet.com Lose up to <u>30</u> pounds in <u>30</u> days. (1adiet, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	ตัวเลข 30 บอกสรรพคุณสินค้าว่าสามารถ สลายไขมันได้ 30 ปอนด์ใน 30 วัน การใช้ตัวเลข 30 จึงให้ความหวังว่าจะลดน้ำหนักได้ผลจริงโดยเร็ว อีกทั้งการใช้ตัวเลขอย่างคู่ขนานทำให้กระบวนการคิด คำนวณและสร้างจินตนาการของผู้เยี่ยมชมทำได้ง่าย
2 intra [™] A herbal concentrate	บอกเอกลักษณ์ ของส่วนผสม	ตัวเลขบอกเอกลักษณ์ของสินค้าว่าเป็นเครื่องดื่ม ที่สกัดจากสมุนไพรเข้มข้น 23 ชนิด ซึ่งเท่ากับ

ตารางที่ 23 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ตัวเลข	คำอธิบาย
of <u>23</u> herbs and roots in a base of apple/pear juice, created by world pharmacognosist (Intra®, n.d., Retrieved August, 2000)		บอกผู้เยี่ยมชมว่า ด้วยการใช้เครื่องต้ม Intra เพียง ยี่ห้อเดียวจะได้ลิ้มรสสมุนไพรถึง 23 สายพันธุ์ ในขณะเดียวกัน ตัวเลข 23 ยังช่วยเราให้ผู้เยี่ยมชม สนใจใคร่รู้ว่าประกอบด้วยสมุนไพรที่มีชื่อและ สรรพคุณอย่างไร
3 whittard Over <u>150</u> finest specially teas and over <u>20</u> coffees. Shipping to many destinations for as little as \$4 Over <u>100</u> shops Worldwide. (Whittard, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกจำนวน ประเภทสินค้า ราคา และ ร้านค้า	พาดหัวหลักใช้ตัวเลข 4 บอกราคา ตัวเลข 150 และ 20 บอกจำนวนชนิดสินค้า และตัวเลข 100 บอกจำนวนสถานที่จำหน่ายสินค้า การใช้ ตัวเลขเหล่านี้ล้วนบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้า ว่าเป็นสินค้าที่มีให้เลือกซื้อหลายชนิด หลายราคา และหลายร้าน ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นองค์กรที่เป็น ศูนย์กลางของธุรกิจเครื่องดื่ม
4 Over <u>250,000</u> people buy Intra every month. Intra®, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างจำนวน ผู้ซื้อสินค้า	ตัวเลข 250,000 บอกถึงจำนวนผู้ซื้อสินค้าที่ซื้อประจำ ทุกเดือนเพื่อเราให้ผู้เยี่ยมชมค้นหาข้อดีของสินค้าที่ สามารถมัดใจคนนับแสนให้สั่งซื้อสินค้าเป็นประจำ
5 Nature's Sunshine Herbs ON SALE NOW <u>30</u> % off (Nature's sunshine herbs, n.d., Retrieved August, 2000)	แจ้งส่วนลด ของการซื้อสินค้า	ตัวเลข 30 ในพาดหัวหลักที่ 5 สร้างความสนใจให้ผู้เยี่ยมชมตัดสินใจสั่งซื้อ สินค้าจากเว็บไซต์เพราะตัวเลขบ่งบอกถึง จำนวนส่วนลดที่ผู้เยี่ยมชมจะได้รับ
6 HerbaSway™ After <u>5,000</u> years, it's time you learned about us. (HerbaSway™, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	ตัวเลข 5,000 บ่งบอกเอกลักษณ์ของสินค้าว่าเป็น สินค้าสมุนไพรที่มีวิวัฒนาการมาพร้อมกับมนุษย์ มาถึงปัจจุบันเพื่อนำเสนอว่าสินค้าสมุนไพรของเว็บไซต์ ได้รับการพัฒนาคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการ ของคนแต่ละยุคสมัยอยู่เสมอ
7 <u>24 million</u> People can't be wrong. www.DietForSuccess.com (Diet for success, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้างจำนวน ผู้ซื้อสินค้า	พาดหัวหลักระบุว่า ตัวเลข 24 ล้านเป็นจำนวน ผู้ซื้อสินค้าจากเว็บไซต์เพื่ออวดอ้างว่าสินค้าที่โฆษณา สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อได้นับล้านคน ตัวเลขดังกล่าวจึงช่วยเราให้ผู้เยี่ยมชมอ่านโฆษณา ต่อไปเพื่อหาเหตุผลที่ทำให้มีค่านับล้านซื้อสินค้า

ตารางที่ 23 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ตัวเลข	คำอธิบาย
8 for more than <u>15 years</u> , Natural Leaf & Slim Beauty Brand help you lose weight naturally. (Wah Yat import & export inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกอายุ ของสินค้า	ช่วงเวลา 15 ปี บ่งบอกความเก่าแก่ของยี่ห้อ สินค้าที่มั่นคง ยืนยงและมีคุณภาพจนสามารถ ครองความนิยมของผู้บริโภคได้เสมอมา ตัวเลข ในพาดหัวหลักจึงทำให้ผู้เยี่ยมชมค้นหาเหตุผล ที่ทำให้สินค้าครองใจผู้บริโภคมาเกือบ 20 ปี
9 NEW CUSTOMER RECEIVE <u>10% OFF YOUR</u> FIRST ORDER TODAY. (Beck's biometrics, n.d., Retrieved August, 2000)	แจ้งส่วนลด ของการซื้อ สินค้า	ตัวเลข 10 บอกจำนวนส่วนลดที่จะได้รับจาก การซื้อสินค้าครั้งแรก ตัวเลขจึงทำให้ผู้เยี่ยมชม เลือกซื้อสินค้าเพื่อให้ได้รับส่วนลดดังกล่าว
10 <u>2NATURALWEIGHTLOSS.COM</u> (World wide riche\$, 1999, Retrieved August, 2000)	บอกจำนวน ของสินค้า	ตัวเลข 2 ได้รับความสนใจของผู้ที่ต้องการรู้จักวิธี ลดน้ำหนัก 2 วิธีให้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต่อไป
11 Herbal <u>100</u> Herbal Heaven (Wynning publication herbal100, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกจำนวนชนิด ของสินค้า	ตัวเลข 100 หรือ one hundred บ่งบอกจำนวนชนิด สมุนไพรที่มีจำหน่ายว่ามีถึง 100 ชนิดเพื่อให้เกิด ความเข้าใจว่าเว็บไซต์มีสมุนไพรให้เลือกมากมายจน ไม่จำเป็นต้องเลือกชมจากเว็บไซต์อื่นอีก
12 LIFE PLUS Vitamins not available at any Stores <u>30 days unconditional</u> money back guarantee! (Life plus, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกช่วงเวลา ของการรับประกัน	ตัวเลข 30 บอกช่วงเวลาในเว็บไซต์ยินดีให้ผู้ซื้อ ที่ไม่พอใจในคุณภาพสินค้านำเงินค่าสินค้าคืนได้ ตัวเลข 30 จึงบอกถึงนาที่ทองของการใช้สินค้าโดยมี การรับประกันการคืนเงินซึ่งทำให้ผู้ซื้อเชื่อมั่นว่า สินค้านี้มีคุณภาพสูงจนผู้จำหน่ายสินค้ากล้ารับประกัน
13 Bindi's skin care products and nutritional supplements employ the <u>5,000 years</u> old science of Ayurveda to bring out your inner health and beauty. (Pratima, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกอายุ ของสูตร การผลิต	วิธีการรักษาโรคที่สืบทอดมาหลายพันปีบ่งบอกถึง สรรพคุณในการรักษาที่ได้ผลและเป็นที่ยอมรับ ตัวเลข 5,000 ปีที่แสดงอายุของสูตรการผลิต จึงโน้มน้าวให้เกิดความเชื่อถือในสินค้าว่ามี สรรพคุณที่ดีเพราะเป็นศาสตร์ที่มี อายุสืบต่อมาถึง 5,000 ปี

ตารางที่ 23 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ตัวเลข	คำอธิบาย
14 BRAIN works non-stop 365 days a year. Refresh your mind & body everyday with EMC2. (North pole beverage co., 1999, Retrieved August, 2000)	เปรียบเทียบ เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้า	สมองทำงานทั้งปีโดยไม่มีวันพักร้อนคือภาพที่ได้จาก การใช้ตัวเลข 365 เปรียบเทียบให้เห็นช่วงเวลา สมองต้องทำงาน ตัวเลข 365 จึงทำให้ผู้เยี่ยมชม เล็งเห็นระยะเวลาแห่งความตรากตรำของตน แล้วหันมารักษาร่างกายด้วยการดื่มเครื่องดื่ม EMC2
15 1001herbs For A Healthy Life (1001 herbs.com, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกจำนวน ชนิดของสินค้า	ตัวเลข 1001 บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ ว่าจำหน่ายสมุนไพร 1,001 ชนิด ซึ่งอาจหมายถึงรวม ไปถึง มีรสชาติ 1,001 รส และมีสรรพคุณ 1,001 อย่าง เพื่อให้ทำให้เว็บไซต์มีภาพพจน์เป็น เว็บไซต์ที่จำหน่ายสมุนไพรจำนวนมากและเพียงพอ สำหรับการเลือกซื้อเพียงแห่งเดียว

ตารางที่ 24 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ชื่อสมุนไพรในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อสมุนไพร	คำอธิบาย
1 <u>Gymnema</u> herbal tea (Aakritiprintographics.com, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ	Gymnema เป็นสมุนไพรที่ช่วยรักษาสมดุลย์ ของระดับน้ำตาลในเลือด การใช้ชื่อสมุนไพรทำให้ สินค้าน่าเชื่อถือเพราะเป็นการเจาะจงชนิดสมุนไพรที่ เป็นส่วนผสมของเครื่องดื่มและเป็นการเปิดโอกาสให้ ผู้เยี่ยมชมศึกษาข้อมูลของสมุนไพรก่อนตัดสินใจซื้อ
2 <u>Juniper & Sage</u> Herbs & Things (Jon Abernathy, 2000, Retrieved August, 2000)	เจาะจงประเภท สมุนไพรที่จำหน่าย	Juniper เป็นพืชที่ให้ผลเบอร์รี่ ส่วน Sage เป็น พืชที่สามารถนำใบมาประกอบอาหารได้ การใช้ชื่อพืช ทั้งสองเป็นพาดหัวหลักเป็นการบอกว่าสินค้าสมุนไพร ส่วนใหญ่เป็นพืชสมุนไพรที่ใบและผลรับประทานได้
3 Asia Plus presents <u>Jiaogulan</u> – HERBAL TEA (Webcatalogue systems™, 1998, Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพร เพื่อสร้างความ น่าเชื่อถือ	Jiaogulan หรืออีกชื่อหนึ่งคือ brain tea แม้จะเป็น พันธุ์ชาที่ปลูกในประเทศไทย แต่กลับมีชื่อเป็น ภาษาจีน พาดหัวหลักที่เจาะจงชื่อสมุนไพรดังกล่าว จึงทำให้เครื่องดื่มมีภาพพจน์เป็นน้ำชาคุณภาพดี จากเมืองจีน

ตารางที่ 24 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื้อสมุนไพร	คำอธิบาย
4 <u>Yerba mate</u> herbal tea - a healthy alternative (Yerba mate herbal tea, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ	ใบชาพันธุ์ Yerba Mate ในพาดหัวหลักที่ 4, 5, 6 และ 7 เป็นพันธุ์ชาที่มีแหล่งกำเนิดในอเมริกาใต้ และเป็นเครื่องดื่มที่อุดมด้วยวิตามินที่ช่วยเสริมสร้าง พลังงานมาย การเจาะจงชื่อ yerba mate ทำให้น้ำชาน่าดื่มยิ่งขึ้นเพราะเป็นการ เจาะจงว่าน้ำชาที่จำหน่ายผลิตจากใบชาสรรพคุณดี
5 <u>Yerba Mate Herbal Tea</u> (Cesar-scott, inc.,1999, Retrieved August, 2000)		
6 <u>GUAYAKI YERBA MATE</u> A healthful alternative to coffee (New image technologies, 2000, Retrieved August, 2000)		
7 <u>aviva!</u> <u>Yerba mate</u> (Aviva ltd., n.d., Retrieved August, 2000)		
8 <u>Greenteas.com</u> (Green teas, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์ชาที่ จำหน่าย	จากความเชื่อที่ว่า ชาเขียว หรือ green tea มี คุณภาพสูงกว่าชาชนิดอื่น การใช้กลุ่มคำ green tea เป็นพาดหัวหลักจึงบ่งบอกว่าสินค้าหลักของเว็บไซต์ คือ ชาเขียวและชาพันธุ์อื่น ๆ ที่มีคุณภาพเช่นกัน
9 <u>Orchid Drinks</u> (Orchid drinks, n.d., Retrieved August, 2000)	แนะนำชื่อยี่ห้อ เครื่องดื่ม	พาดหัวหลักมีเพียงกลุ่มคำ Orchid Drinks ซึ่ง เป็นชื่อยี่ห้อเครื่องดื่มแต่ไม่ได้ระบุชัดเจนว่า เครื่องดื่มสกัดจากดอกกล้วยไม้หรือมีกลิ่นหอม เหมือนดอกกล้วยไม้ ดังนั้นพาดหัวหลักจึงมุ่งเน้นให้ ผู้เยี่ยมชมรู้จักและจำยี่ห้อมากกว่าจะบอกประเภท หรือบรรยายสรรพคุณของเครื่องดื่ม
10 <u>Chemate</u> ([Q] light, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพร เพื่อสร้างความ น่าเชื่อถือ	mate เป็นชื่อน้ำชาที่ช่วยฟื้นฟูร่างกาย ส่วน che เป็นภาษาชิลีแปลว่า ชนชาติอาเจนตินา พาดหัวหลัก chemate จึงบ่งบอกแหล่งกำเนิด ของน้ำชาว่ามาจากประเทศในทวีปอเมริกาใต้ ซึ่งเป็นทวีปที่ยังมีป่าอุดมสมบูรณ์และมีชื่อเสียงด้าน การปลูกชาสมุนไพรเพื่อให้น้ำชามีคุณภาพน่าเชื่อถือ
11 <u>Welcome to the</u> <u>Herbal Sage Co.</u>	เจาะจงพันธุ์สมุนไพร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ	Sage เป็นต้นไม้ที่มีใบสีเขียวเทาและใช้ ประกอบอาหารได้ ชื่อสมุนไพรในพาดหัวหลัก

ตารางที่ 24 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อสมุนไพร	คำอธิบาย
Website (Herbal sage, n.d., Retrieved August, 2000)		จึงบ่งบอกประเภทสินค้าที่จำหน่ายว่าเป็นสมุนไพรที่ใช้ปรุงอาหาร
12 nonijuice.com (Noni juice, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์ผลไม้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ	พาดหัวหลักที่ 12 และ 13 มีค่านาม juice ช่วยให้ผู้ใช้เชื่อมโยงกันได้ว่า น้ำผลไม้ที่จำหน่ายสกัดจากผลไม้ชื่อ noni แม้ว่าจะไม่รู้จักผลไม้ noni มาก่อน
13 Welcome to Morinda® TAHITIAN NONI juice (Morinda Tahitian noni juice, n.d., Retrieved August, 2000)		
14 Biedouw Valley Rooibos Tea (Biedous valley rooibos tea, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพรเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ	Rooibos เป็นพันธุ์ชาที่อุดมด้วยวิตามินซีและไรสารคาเฟอีน การเจาะจงชื่อ Rooibos จึงเป็นการบอกชื่อวัตถุดิบที่ใช้ผลิตเครื่องดื่มเพื่อให้ผู้ซื้อมั่นใจในคุณภาพของเครื่องดื่ม
15 HAZEL LOOK FANTASTICS (Hazel, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพรเพื่อให้เข้าใจว่าสินค้ามีสรรพคุณดี	Hazel เป็นพืชขนาดเล็ก มีผลคล้ายเมล็ดถั่ว นำมาใช้ร่วมกับประโยชน์ Look fantastics. เพื่อบ่งบอกว่าสินค้าสมุนไพรสกัดจากเมล็ด Hazel เพื่อให้ผู้ใช้เชื่อมโยงเข้าใจว่า Hazel มีสรรพคุณในการเสริมสร้างความเป็น
16 Kava Kanada (Kava kanada, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพรเพื่อบอกประเภทสินค้า	สมุนไพรคาวา (Kava) เป็นเครื่องดื่มที่ชาวเกาะในมหาสมุทรแปซิฟิกนิยมดื่มในงานพิธีต่างๆ มากกว่า 3,000 ปีแล้ว เพราะเป็นสมุนไพรที่มีสรรพคุณ คือ
17 KAVA KING The Natural Herbal Drink of the Pacific Islands (Kava king products inc., n.d., Retrieved August, 2000)		ช่วยลดความเครียดและความวิตกกังวลและช่วยให้นอนหลับ คาวาจึงได้รับความนิยมแพร่หลายด้วยสรรพคุณดังกล่าว การใช้ชื่อสมุนไพรคาวาในพาดหัวหลักที่ 16-19 จึงช่วยให้ผู้ใช้เชื่อมโยงที่ต้องการซื้อสินค้าสมุนไพรคาวา รู้ได้ทันทีถึงชนิดของสมุนไพรที่จำหน่ายและสามารถใช้ประกอบการเลือกชมเว็บไซต์หรือเลือกซื้อสินค้าต่อไป
18 KAVAKURE (Kava kure, n.d., Retrieved August, 2000)		
19 Kick Back with Kava.com (Kick back with kava.com, n.d., Retrieved August, 2000)		

ตารางที่ 24 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ข้อมูลสมุนไพร	คำอธิบาย
20 <u>Aloe Store</u> (Aloe store, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงพันธุ์สมุนไพร เพื่อบอกประเภทสินค้า	Aloe Vera เป็นพืชจำพวกต้นหางจระเข้ซึ่งสามารถ นำมาแปรรูปเป็นอาหารเสริม เครื่องดื่มและ เครื่องสำอางได้ การใช้ข้อมูลสมุนไพรที่ใช้เป็น วัตถุดิบและสามารถดัดแปลงเป็นสินค้าได้หลายชนิด เช่น aloe ในพาดหัวหลักที่ 20-26 จึงบ่งบอกถึง ความหลากหลายของสินค้าในเว็บไซต์ว่าครบครัน ด้วยสารพัดสินค้าที่ผลิตจาก Aloe
21 <u>Aloe Vera Online</u> (Intell net ltd., n.d., Retrieved August, 2000)		
22 Heritate <u>Aloe Essence</u> An Ancient Herbal Healer (The success for life group, 1998, Retrieved August, 2000)		
23 <u>Aloe Life</u> Guterman International Co. (Aloe life, n.d., Retrieved August, 2000)		
24 <u>FOREVER LIVING PRODUCTS IN'L</u> World's largest grower, manufacturer, and distributor of natural <u>aloe vera</u> products (Forever living products international, n.d., Retrieved August, 2000)		
25 <u>Impressive Products</u> <u>Aloe Health Drink</u> (Company web master, n.d., Retrieved August, 2000)		
26 <u>Aloe Vera</u> Natural Sport & Health Drinks (Aloe vera natural sport and health drink, n.d., Retrieved August, 2000)		
27 Premium Hawaiian <u>Awa</u> and Fijian <u>Kava</u> (Premium Hawaiian awa	เจาะจงพันธุ์สมุนไพร เพื่อบอกประเภทสินค้า	Awa และ Kava เป็นสมุนไพรชื่อดังของเกาะฮาวาย และเกาะฟิจิ การระบุชื่อสมุนไพรและแหล่งกำเนิดจึง มีจุดประสงค์เพื่อแนะนำชนิดและที่มาของสินค้าให้

ตารางที่ 24 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ชื่อสมุนไพร	คำอธิบาย
and Fijian Kava, n.d., Retrieved August, 2000)		เป็นที่รู้จักและเข้าใจว่าเว็บไซต์จำหน่ายสมุนไพรชนิดใดชนิดหนึ่งและมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสมุนไพรชนิดนั้นโดยเฉพาะ

ตารางที่ 25 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำที่คิดขึ้นใหม่ในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำที่คิดขึ้นใหม่	คำอธิบาย
1 Spring Water + Ginseng Combining Two of Nature's Finest <u>Ginspring</u> Ginseng Enhanced Springwater (Ginspring, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า ที่บอกส่วนผสม ของสินค้า	Ginspring เป็นชื่อยี่ห้อเครื่องดื่มที่เกิดจากการรวมพยางค์แรกของคำนาม ginseng และคำนาม spring แล้วได้คำใหม่ที่สื่อความหมายได้ว่าเป็นเครื่องดื่มที่มีโสมและน้ำพุธรรมชาติเป็นส่วนผสม อีกทั้งยังบอกถึงความ เป็นเครื่องดื่มที่ให้ทั้งความสดชื่นและมีสรรพคุณบำรุงร่างกาย
2 Welcome to the new <u>SupraLife</u> International (New supralife international, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อองค์กร ที่เสริมภาพพจน์ ขององค์กร	Supralife เป็นคำที่เกิดจากรวมอุปสรรค supra (ข้างบน, เหนือ) เข้ากับคำนาม life คำว่า Supralife จึงเป็นคำใหม่ที่เสริมภาพพจน์ให้องค์กรผู้ผลิตสินค้าเป็นองค์กรที่จำหน่ายสินค้าสำหรับเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้เหนือกว่าธรรมดา
3 <u>Stimulife</u> The Next Generation Weight Loss Supplement (Zipwell online, 1999, Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า ที่บอกสรรพคุณ ของสินค้า	Stimulife เป็นคำที่เกิดจากการรวมคำกริยา stimulate เข้ากับคำนาม life เสียงอักษร ! ที่ซ้ำกันยังทำให้คำว่า Stimulife เป็นคำใหม่ที่น่าสนใจและมีตัวสะกดคล้ายคำกริยา stimulate ดังนั้น คำว่า Stimulife จึงเป็นชื่อยี่ห้อสินค้าที่บอกสรรพคุณของสินค้าด้วยว่าช่วยกระตุ้นชีวิตให้สดใส มีชีวิตชีวา
4 Welcome to <u>Herbalife</u> (Taylor & pond corporation communication, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า ที่บอกประเภทและ ประโยชน์ของสินค้า	คำคุณศัพท์ herbal รวมกับคำนาม life โดยตัดตัวอักษร l ทั้ง 1 ตัว ทำให้เกิดเป็นคำใหม่ที่เป็นชื่อยี่ห้อสินค้าสมุนไพร Herbalife ซึ่งเป็นคำที่บอกทั้งประเภท (herbal) และประโยชน์ของสินค้า (life) และให้ความหมายของคุณภาพชีวิตที่ดีองธรรมชาติ

ตารางที่ 25 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำที่คิดขึ้นใหม่	คำอธิบาย
5 <u>NON-PLONK</u> Enjoy Life (Non plonk, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า ที่บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	Non-Plonk หรือ อุปสรรค non รวมกับคำว่า plonk (cheap wine) เป็นคำที่คิดขึ้นใหม่เพื่อ ใช้เป็นยี่ห้อเครื่องดื่มที่ไม่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์และไม่ใช่วินน์ที่ไม่มีรสขม
6 <u>WELCOME TO</u> <u>HERBALFIRE.COM</u> (Welcome to herballfire.com, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์ ที่บอกสรรพคุณ ของสินค้า	คำคุณศัพท์ herbal กับคำนาม fire ถูกจัดเรียง เป็นคำเดียวกันเป็นคำใหม่ Herballfire ที่เป็น ทั้งชื่อยี่ห้อสินค้าและชื่อเว็บไซต์ที่บ่งบอกถึง ความเป็นสินค้าสมุนไพรที่ให้พลังงานและช่วย เผาผลาญไขมันส่วนเกิน
7 <u>HerbalShopper.com</u> (Global genesis group, 1999. Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์ ที่บอกประเภทสินค้า	HerbalShopper เป็นคำใหม่ที่สร้างจากคุณศัพท์ herbal และ คำนาม shopper ซึ่งเขียนติดกันเพื่อ ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์ที่บอกประเภทสินค้า (herb) และ ที่ให้ความหมายว่าหากผู้เยี่ยมชมเป็นผู้นิยมซื้อ เครื่องดื่มหรือสินค้าสมุนไพร ให้เลือกชมสินค้าจาก เว็บไซต์ได้
8 <u>Nutraceutical</u> Products Company Why Choose <u>NUPRO</u> ? (Feel good product company, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า ที่บอกประเภท ของสินค้า	คำนาม nutrition และคุณศัพท์ pharmaceutical รวมกันแล้วเกิดเป็นคำใหม่ คือ nutraceutical ซึ่งเป็นชื่อยี่ห้อสินค้าที่บ่งบอกว่า เป็นสินค้าเกี่ยวกับยาและโภชนาการและเพื่อให้ชื่อ สินค้าสั้นและจำง่ายขึ้นผู้โฆษณาได้สร้างคำว่า Nupro จากพยางค์แรกของคำว่า nutraceutical และ product ด้วย นอกจากนั้นเสียงพยางค์ "nu" ยังคล้าย กับเสียงของคุณศัพท์ "new" ซึ่งให้ความรู้สึกว่าเป็นสินค้า เป็นสินค้าใหม่
9 <u>The sun rises with</u> <u>Life-Caffé.</u> (The sun rises with Life-Caffé., n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อ สินค้าที่บอก ประเภทและสรรพคุณ ของสินค้า	คำว่า caffè สามารถพิจารณาได้ว่าเกิดจาก การดัดแปลงคำ 2 คำ คือ 1) คำภาษาฝรั่งเศส café ที่มีตัวอักษร f เพิ่ม 1 ตัว หรือ 2) คำภาษาอังกฤษ caffeine ที่ตัด -ine ทั้งแล้วเติมเครื่องหมาย accent (') ตามคำว่า café ในภาษาฝรั่งเศส หากเป็นการ

ตารางที่ 25 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำที่คิดขึ้นใหม่	คำอธิบาย
16 <u>XtendLife®</u> by Life Extension (Xtendlife® by life extension, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นยี่ห้อสินค้า	Xtendlife® ออกเสียงเหมือนประโยคที่ชี้แนะให้ต่อชีวิตให้ยืนยาว (extend life) Xtendlife® จึงเป็นคำที่คิดขึ้นใหม่เพื่อใช้เป็นยี่ห้อสินค้าที่บ่งบอกสรรพคุณสินค้าด้วย
17 <u>GREENCANYON.COM</u> (Green canyon, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์	Grand Canyon เป็นชื่อของหุบเหวขนาดมหึมาและเป็นหนึ่งในสิ่งมหัศจรรย์ของโลก พาดหัวหลัก greencanyon.com จึงเป็นคำที่คิดขึ้นใหม่โดยดัดแปลงจากชื่อสถานที่ที่เป็นที่รู้จักนี้เพื่อให้ชื่อเว็บไซต์จำง่ายและเพื่อให้สินค้ามีเอกลักษณ์เป็นสินค้าที่สกัดจากสมุนไพรจากป่าในขุนเขาเซียร์วครัม

ตารางที่ 26 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำพ้องเสียงกับคำสะกดถูกต้องตามพจนานุกรมในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำพ้องเสียงกับคำสะกดถูกต้องตามพจนานุกรม	คำอธิบาย
1 <u>Easyway</u> nutritionally smart <u>EZ</u> Health for you (Easyway nutritionally smart, n.d., Retrieved August, 2000)	เพิ่มความหลากหลายของการใช้คำ	แทนการใช้คำว่า easy ซ้ำ ผู้โฆษณาใช้ตัวอักษร e และ z ซึ่งมีเสียงคล้ายคำว่า easy เพื่อให้พาดหัวหลักมีคำหลากหลายและน่าสนใจ
2 <u>Yu-ccan</u> Herbal Drink making a difference! (Yu-ccan herbal drink, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นยี่ห้อสินค้า	ประโยค you can ถูกดัดแปลงเป็น yu-ccan ในพาดหัวหลักที่ 2 และ 3 เพื่อให้เป็นชื่อยี่ห้อเครื่องดื่มที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นเจ้าของเครื่องดื่มที่โฆษณาซึ่งสอดคล้องกับหลักการโฆษณาที่ดึงดูดผู้เยี่ยมชมเข้ามีส่วนร่วม (involvement technique)
3 <u>Yu-ccan</u> make a difference (Yu-ccan make a difference, n.d., Retrieved August, 2000)		
4 <u>KAVAKURE</u> (Kava kure, n.d.,	บอกสรรพคุณของสินค้า	คำกริยา cure /kju:/ มีเสียงอักษร k เมื่อใช้ตัวอักษร k แทนอักษร c ในคำว่า cure ทำให้คำทั้งสอง

ตารางที่ 26 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำพ้องเสียง	คำอธิบาย
	กับคำสะกดถูกต้องตามพจนานุกรม	
Retrieved August, 2000)		พ้องเสียงกัน เมื่อนำคำว่า kure มาใช้คู่กับชื่อสมุนไพร Kava ทำให้พาดหัวหลักบ่งบอกทั้งชื่อและสรรพคุณของสมุนไพรด้วยคำพ้องรูปและพ้องเสียงซึ่งให้ความรู้สึกถึงสมุนไพรที่มีสรรพคุณอยู่ในตัว
5 uCanLose.com (U can lose, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์สั้นลง	ตัวอักษร u /ju:/ ออกเสียงเหมือนคำสรรพนาม you /ju:/ เมื่อใช้ตัวอักษร u คำสรรพนาม you ทำให้ชื่อเว็บไซต์กระชับขึ้นและสะดวกต่อการเรียกชมเว็บไซต์
6 reach4life (Reach 4 life enterprises, 2000, Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์สั้นลง	การใช้หมายเลข 4 แทนคำนาม four /fɔ:/ ซึ่งพ้องเสียงกับคำว่า for /fɔ:/ ช่วยให้ชื่อเว็บไซต์กระชับและจำง่ายเนื่องจากเป็นการใช้ตัวเลข 4 ที่เป็นเหมือนสัญลักษณ์แทนการใช้ตัวอักษร for
7 HAPPICAMPER ginseng flavored non-alcoholic (Happi camper, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า	Happicamper /hæpɪkæmpə/ เป็นชื่อยี่ห้อเครื่องดื่มที่พ้องเสียงกับกลุ่มคำ happy camper /hæpɪkæmpə/ หรือบุคคลที่พอใจในสถานะของตน Happicamper จึงเป็นเครื่องหมายการค้าที่บอกเอกลักษณ์ของสินค้าว่าเป็นเครื่องดื่มของผู้มีความสุขในการดำเนินชีวิต
8 CALISAYA HERBAL TONIC DRINK (Calisaya herbal tonic drink, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า	เครื่องดื่มสมุนไพรชื่อยี่ห้อ Calisaya พ้องเสียงกับคำว่า Carisaya ซึ่งเป็นพืชที่มีสารควินิน (Quinine) ซึ่งมีสรรพคุณทางยาโดยเฉพาะการรักษาไข้มาลาเรีย แต่แตกต่างกันเพียงตัวอักษร r และ l ทั้งนี้ จุดประสงค์ของการใช้ชื่อเครื่องดื่มที่พ้องกับชื่อสมุนไพรก็เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจว่าเครื่องดื่มสกัดจากสมุนไพรนั้นๆและมีสรรพคุณในการบรรเทาอาการป่วยได้ด้วย
9 Bigelow a compliment to every lifestyles (Bigelow tea – secure online catalogue, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า	เครื่องหมายการค้า Bigelow พ้องเสียงกับคำในภาษาฝรั่งเศส biggereau ซึ่งหมายถึงผลไม้ที่มีแกนสีขาว (white-heart cherry) เพื่อให้ได้ชื่อยี่ห้อสินค้าชื่อใหม่ที่บ่งบอกถึงความเป็นเครื่องดื่มซึ่งสกัดจากผลไม้ดังกล่าว

ตารางที่ 26 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำพ้องเสียง กับคำสะกดถูกต้องตามพจนานุกรม	คำอธิบาย
10 <u>T.THYME</u> (Kil@westol.com, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	ตามรายละเอียดในเอกสารโฆษณาของ เว็บไซต์ t-thyme.com ระบุว่า t.thyme เป็นชื่อ เว็บไซต์ที่หมายถึง เวลาน้ำชา (tea time) ดังนั้นการ ใช้ตัวอักษร t ร่วมกับคำนาม thyme (a plant used for giving food a special taste) แทนการใช้กลุ่มคำ tea time เป็นพาดหัวหลักจึงเป็นวิธีสร้างความสนใจให้ ผู้เยี่ยมชมอ่านโฆษณาเพื่อค้นหาความหมายของ ตัวอักษร t และคำนาม thyme

ตารางที่ 27 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำที่เขียนในรูปย่อในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำที่เขียนในรูปย่อ	คำอธิบาย
1 <u>1st HERBAL SUPPLEMENT</u> (1 st herbal supplement, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้ความหมาย ของพาดหัวหลัก เข้าใจง่าย	การใช้สัญลักษณ์ 1 st แทนคำว่า first และ สัญลักษณ์ #1 แทนคำว่า number one ใน พาดหัวหลักที่ 1 และ 2 ทำให้ผู้เยี่ยมชมเห็น ความชัดเจนของความเป็นที่หนึ่งได้ในทันทีที่ มองเห็นพาดหัวหลักเพราะตัวเลข 1 เป็น เสมือนรูปภาพ ในขณะที่คำว่า first และ number one เป็นตัวอักษรที่ต้องอ่านและ ตีความหมายก่อนจึงจะเข้าใจความหมาย
2 <u>Dare to be THIN</u> with HERBALIFE The #1 Weight Loss Program (Herbalife weight loss program, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำภาษาโฆษณา ให้เหมือนภาษาพูด	พาดหัวหลักที่ 3 และ 4 เป็นภาษาโฆษณาที่ เหมือนภาษาพูดในชีวิตประจำวันมากขึ้นเมื่อมี การใช้เครื่องหมายแสดงการย่อคำ (') เพื่อตัดทอน คำให้สั้นลงเหมือนการพูดคุยระหว่าง บุคคลที่รู้จักกัน ซึ่งช่วยให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่ กำลังสนทนากับผู้โฆษณา
3 <u>IT'S YOUR HEALTH</u> (Consulting first inc., n.d., Retrieved August, 2000)		
4 <u>ISN'T IT TIME WE GET BACK TO EARTH FOR OUR HEALTH NEEDS ?</u> (Isn't it time we get back to earth for our health needs ?, n.d., Retrieved August, 2000)		

ตารางที่ 27 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำที่เขียนในรูปย่อ	คำอธิบาย
5 Welcome to Evitality (WMI, 2000, Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์ สั้นลง	ตัวอักษร e ในบริบทของการใช้อินเทอร์เน็ตเป็น ตัวอักษรตัวแรกของคำว่า electronic หมายความว่า สิ่งที่กระทำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail หรือ e- mail) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce หรือ e-commerce) เมื่อนำตัวอักษร e ตามความ หมายดังกล่าวมาใช้ร่วมกับคำนาม vitality หรือ ความ มีชีวิตชีวา แล้วกลายเป็นชื่อเว็บไซต์ evitality จึงให้ ความหมายว่า เว็บไซต์เป็นความมีชีวิตชีวาที่หาได้ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
6 <u>herbalos.com</u> the Herbal Online Store (The herbal online store, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้พาดหัวหลัก กะทัดรัด	Herbalos หรือ Herbal + Online + Store เป็นคำที่ ได้จากคำคุณศัพท์พร้อมกับตัวอักษรตัวแรกของคำ รวมกันเพื่อให้กลายเป็นชื่อเว็บไซต์ที่กะทัดรัด จำง่าย และสามารถบ่งบอกประเภทธุรกิจของเว็บไซต์ ได้ว่าเป็นร้านจำหน่ายสินค้าสมุนไพรทางอินเทอร์เน็ต
7 Many People today are struggling to control their weight, well, <u>don't</u> look any further. (Many people today are struggling to control their weight, n.d., Retrieved August, 2000)	ย้ำความหนักแน่น ของการชี้แนะ	การลดรูปคำ do not เป็น don't เป็นการเน้นย้ำ ความหนักแน่นของการชี้แนะให้หยุดค้นคว้า วิธีลดน้ำหนัก ซึ่งทำให้ภาษาเขียนเหมือนการ การพูดคุยระหว่างผู้โฆษณากับผู้เยี่ยมชม และ ทำให้น้ำเสียงของการชี้แนะเป็นการเชิญชวน มากกว่าจะเป็นการออกคำสั่ง
8 HealthNBody.com (Health n body, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์ กระชับและจำง่าย	ตัวอักษร N ซึ่งใช้แทนคำสันธาน and ช่วยให้ พาดหัวหลักที่ 8,9 และ 10 เป็นเหมือนภาษาพูด การลดรูปของ and ให้เหลือเพียงตัว N ยังทำให้ชื่อ เว็บไซต์จำง่ายและทำให้คำนาม tea, health, body และ energy และ คุณศัพท์ more ซึ่งบ่งบอกประเภท และสรรพคุณสินค้าว่าช่วยเสริมสุขภาพและให้ ผลกำลังนั้นโดดเด่นและชัดเจนขึ้น
9 Health-n-Energy Welcome Page (Health n energy, n.d., Retrieved August, 2000)		
10 Jody'sTeas-N-More (Jody's teas, n.d., Retrieved August, 2000)		

ตารางที่ 27 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ คำที่เขียนในรูปย่อ	คำอธิบาย
11 LER's World - HerbShop.com (LER' s world herb shop, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้พาดหัวหลัก กะทัดรัด	LER หรือ Legendary Ethnobotanical Resources เป็นการใช้ตัวอักษรตัวแรกของคำ ทั้งสามเพื่อย่นย่อพาดหัวหลักให้กะทัดรัดและ ยังให้ความรู้สึกว่าเป็นแหล่งรวม สมุนไพรที่ผ่านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์แล้วว่ามี ประโยชน์และสะดวกต่อการใช้งาน
12 VITAMINBIZ.COM (Stukenberg telecom, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์ กะทัดรัดและจำง่าย	ค่านาม business ถูกลดรูปเหลือเพียง biz เพื่อให้ได้ชื่อเว็บไซต์ที่จำง่าย

ตารางที่ 28 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ	คำอธิบาย
1 Kamala Perfumes Inc. (Webmastergrunt, n.d., Retrieved August, 2000)	เสริมภาพพจน์และ บอกประเภทสินค้า	Kamala เป็นภาษาสันสกฤตซึ่งถือว่าเป็นภาษา ที่มีความศักดิ์สิทธิ์เพราะมีต้นกำเนิดจากภาษา ในคัมภีร์พระเวท (คัมภีร์ศักดิ์สิทธิ์ประจำศาสนา พราหมณ์) ผู้ที่จะใช้ภาษาสันสกฤตได้จึงมีเฉพาะ พราหมณ์และพระราชชา Kamala เป็นแบ่งที่ได้จาก เปลือกเมล็ดถั่ว และในอดีตใช้เป็นยาถ่ายพยาธิ การ นำคำว่า Kamala มาใช้เป็นชื่อบริษัทจึงเป็นการยก ระดับของบริษัทว่าเป็นบริษัทที่จำหน่ายสินค้าสำหรับ ผู้มีการศึกษาดี มีรสนิยมสูง และบอกประเภทสินค้า ว่าเป็นสินค้าเกษตรแปรรูป
2 Avatar the healthy future (Rubiconresearch, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นยี่ห้อสินค้า	Avatar หรือ อวตาร (การแบ่งภาคลงมาจุติของ พระผู้เป็นเจ้า) เป็นภาษาสันสกฤต เมื่อนำมาใช้เป็น ชื่อยี่ห้อเครื่องดื่ม ทำให้เครื่องดื่มมีภาพพจน์เป็น เครื่องดื่มบำรุงร่างกายได้ตั้งทิพย์โอสถเพราะเป็น เครื่องดื่มที่เป็นส่วนหนึ่งของเทพเจ้าซึ่งประทานให้ แก่มนุษย์

ตารางที่ 28 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ	คำอธิบาย
3 <u>MAHARISHI</u> <u>AYUR-VEDA</u> PRODUCTS (Maharishi ayur-veda products, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความน่าเชื่อถือ ให้กับสินค้า	Ayur (life), Veda (knowledge), Maha (huge) และ Richi (teacher) เป็นภาษา สันสกฤต หมายถึง วิธีการรักษาโรคตามวิธีของ ชาวฮินดูโบราณในอินเดีย เมื่อนำกลุ่มคำ ดังกล่าวมาใช้ในพาดหัวหลักที่ 3-8 จึง ทำให้สินค้ามีสรรพคุณน่าเชื่อถือเพราะปรุง ตามสูตรของปรมาจารย์ทางสมุนไพรและรักษา โรคได้ผลดีจนได้รับการสืบทอดมายาวนาน
4 <u>Ayur-Vedic Herbal Care</u> Retrieved August, 2000) (Com city corporation, 2000, Retrieved August, 2000)		
5 <u>Maharishi Ayur-Veda Products</u> (Webmaster, 2000, Retrieved August, 2000)		
6 Bindi's skin care products and nutritional supplements employ the 5,000 years old science of <u>Ayurveda</u> to bring out your inner health and beauty. (Pratima, n.d., Retrieved August, 2000)		
7 Welcome to GOOD CARE INC. The fusion of ancient <u>ayurvedic</u> knowledge with modern science (Good care inc., n.d., Retrieved August, 2000)		
8 <u>YOGI TEA</u> The Yogi Tea Company manufactures delicious beverage teas and medicinal herbal teas known as Ancient Healing Formulas, all based on the <u>Ayurvedic</u> Tradition from India (Yogi tea, n.d., Retrieved August, 2000)		
9 <u>Natura</u> High Quality Natural Products (Natura, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อ สินค้า	Natura เป็นภาษาเยอรมัน มีความหมายว่า ธรรมชาติ คำว่า Natura จึงถูกนำมาใช้เป็น ยี่ห้อเครื่องดื่มเพื่อบอกให้รู้ว่าเครื่องดื่มที่ โฆษณาเป็นสินค้าจากประเทศเยอรมัน

ตารางที่ 28 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ	คำอธิบาย
10 <u>AMBROSIA TEAHOUSE</u> Teas, Teapots & Accessories (Access galaxy mall inc., 2000, Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นยี่ห้อ สินค้า	ambrosia เป็นภาษากรีก หมายถึงอาหารของเทพ (nectar) และอีกความหมายหนึ่งคือ อาหารที่มีรส และกลิ่นหอมชวนชิม ดังนั้น Ambrosia จึงเป็น เครื่องหมายการค้าที่บอกถึงเอกลักษณ์ (อาหารของ พระเจ้า) และลักษณะ (รสและกลิ่น) ของสินค้า
11 Welcome to <u>HANYAO.COM</u> 100% NATURAL - Legacy of Chinese ancestors (Hanyao, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์ ผู้ผลิตสินค้า	Hanyao เป็นภาษาจีนแมนดาริน หมายถึง วิธี การรักษาโรคด้วยสมุนไพรจีนโบราณ เมื่อนำ มาเป็นชื่อเว็บไซต์และพาดหัวหลักทำให้สินค้า มีภาพพจน์เป็นสินค้าสมุนไพรจากประเทศจีน มีคุณภาพน่าเชื่อถือ
12 Welcome to <u>DONG-A-OTSUKA</u> CO.,LTD. The Enterprises that thinks about health of people (Dong a otsuka co., ltd, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อองค์กร ผู้ผลิตสินค้า	พาดหัวหลักใช้ภาษาเกาหลีซึ่งเป็นภาษา ประจำชาติของประเทศเกาหลีหรือประเทศที่มี ชื่อเสียงด้านการปลูกและแปรรูปสมุนไพรดี เป็นชื่อองค์กรผู้ผลิตสินค้าเพื่อให้เกิดความ เข้าใจว่าสินค้าสมุนไพรที่ผลิตและจำหน่ายมี คุณภาพดีเช่นกัน
13 <u>aviva !</u> yerba mate (Aviva ltd., n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า	aviva เป็นภาษาสเปน หมายถึง ความสนุก สนาน (enjoy) การใช้ภาษาสเปนซึ่งเป็นภาษา ของประเทศที่มีการสู่วักระหิงเป็นสัญลักษณ์ ประจำชาติจึงบ่งบอกเอกลักษณ์ของเครื่องดื่ม ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ช่วยเติมพลังและความ กระชุ่มกระชวยให้กับร่างกาย
14 <u>WingHopFung.com</u> Wing hop fung, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์	wing (eternal & long lasting), hop (harmonious in accord) และ fung (abundant harvest) เป็นภาษา จีนแคว้นที่หมายถึงความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์ ธัญญาหาร เมื่อนำมาเป็นพาดหัวหลักจึงบ่งบอกถึง เอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า เกษตรหลากหลายชนิดจากประเทศจีน

ตารางที่ 28 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ	คำอธิบาย
15 Asia Plus presents <u>Jiaogulan</u> – HERBAL TEA (Webcatalogue system™, 1998, Retrieved August, 2000)	เจาะจงชนิดสินค้า	Jiaogulan หรืออีกชื่อหนึ่งคือ brain tea หรือ memory tea พาดหัวหลักเจาะจงชื่อพันธุ์ชาดังกล่าวด้วยภาษาจีนเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักประเภทสินค้าหลักของเว็บไซต์
16 <u>Chemate</u> ([Q] light, n.d., Retrieved August, 2000)	เจาะจงชนิดและ แหล่งกำเนิดสินค้า	mate เป็นชื่อพันธุ์ชาที่มีสรรพคุณในการฟื้นฟูร่างกาย ส่วน che เป็นภาษาชิลีแปลว่า ชนชาติอาเจนตินา Chemate จึงบ่งบอกแหล่งกำเนิดของน้ำชาว่ามาจากประเทศในทวีปอเมริกาใต้ซึ่งเป็นทวีปที่ยังมีป่าอุดมสมบูรณ์และมีชื่อเสียงด้านการปลูกชาสมุนไพร ทั้งนี้เพื่อให้ชาที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ
17 <u>ORANG TUA</u> Since 1948 (PT. Indonesia graha persada and www.indodirect.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกแหล่งกำเนิด ของสินค้า	orang และ tua เป็นภาษามาเลย์ orang หมายถึงคนป่า ส่วน tua มีตัวสะกดคล้ายคำว่า tuan ซึ่งเป็นคำนำหน้าชื่อ เช่น sir หรือ mister พาดหัวหลัก orang tua จึงบ่งบอกแหล่งกำเนิดสินค้าว่ามาจากป่าซึ่งดูแลรักษาและเก็บเกี่ยวโดยผู้ที่อาศัยในป่า

ตารางที่ 29 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ปีคริสต์ศักราชในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ปีคริสต์ศักราช	คำอธิบาย
1 Simpson & Vail Quality Teas & Coffees <u>Since 1929</u> (Evolving systems inc., n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง คุณภาพสินค้า	พาดหัวหลักระบุว่าชาและกาแฟได้รับการจัดจำหน่ายโดย Simpson และ Vail มากกว่า 70 ปี เพื่ออวดอ้างช่วงเวลาที่ยินดีคงคุณภาพและได้รับการยอมรับเสมอมา
2 Watkins Healthier Living <u>Since 1868</u> Feel Better...Live Longer... (Watkins, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง สรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักระบุว่าเครื่องดื่มยี่ห้อ Watkins เป็นสินค้านำร่องสุขภาพมาตั้งแต่ปี ค.ศ 1868 หรือกว่า 100 ปีแล้วที่สินดียังคงจำหน่ายได้ การใช้ปีค.ศ.จึงเป็นวิธีโฆษณาที่ทำให้เห็นช่วงเวลามากว่าศตวรรษที่สินค้าได้รับความนิยมจากผู้บริโภค

ตารางที่ 29 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ปีคริสต์ศักราช	คำอธิบาย
3 ORANG TUA <u>SINCE 1948</u> (PT. Intermedia graha Persada and www.indodirect.com, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกจุดเริ่มต้น ของการจำหน่าย สินค้า	แม้จะไม่มีคำบรรยายสรรพคุณสินค้าใด ๆ แต่ การบอกจุดเริ่มต้นของปีที่สินค้าได้ถูกจำหน่าย ไปสู่ผู้บริโภคด้วยการใช้ปี ค.ศ. ในพาดหัวหลักที่ 3 และ 4 ทำให้ผู้เยี่ยมชมสังเกตเห็นคุณภาพและ รสชาติของเครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมของ เหล่านักดื่มชาจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน
4 Alternative Beverage [®] <u>Since 1973</u> (Ale an' artifacts ltd., 1997, Retrieved August, 2000)		
5 New Generation Health The discount health weight- management and fitness store for the <u>new millennium!</u> (New generation health, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความสนใจ	พาดหัวหลักที่ 5 และ 6 มีได้ระบุปีค.ศ. ของช่วง เวลาที่ผ่านมา แต่ระบุจุดเริ่มต้นของเวลาที่จะ เดินไปข้างหน้า คำว่า new millennium จึง บ่งบอกถึงความทันสมัย ความคิดริเริ่มและ ความเหมาะสมกับยุคสมัยเพื่อสร้างความสนใจ ของผู้เยี่ยมชมที่ต้องการพบประสบการณ์ใหม่ ให้เยี่ยมชมเว็บไซต์เพื่อค้นหาสิ่งที่ไม่เคย ประสบมาก่อน
6 WELCOME HERE IS YOUR HOMEBASED CATALOG BUSINESS FOR THE <u>NEW MILLENNIUM!!</u> (Here is your homebased catalog business, n.d., Retrieved August, 2000)		
7 Producing World's Best Ginseng Products <u>Since 1990</u> (Producing world's best ginseng products since 1990, n.d., Retrieved August, 2000)	อวดอ้าง คุณภาพ สินค้า	พาดหัวหลักอวดอ้างความเป็นผู้ผลิตสมุนไพรที่ดีที่สุด ของโลกมากกว่า 10 ปีเพื่อให้ผู้เยี่ยมชม เชื่อถือในคุณภาพสินค้าที่เพิ่มขึ้นตามกาลเวลา

ตารางที่ 30 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้าในพาดหัวหลักของ
เอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ ชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้า	คำอธิบาย
1 <u>Herbalife</u> Independent Distributor (Herbalife independent	สร้างความน่าเชื่อถือ ในคุณภาพสินค้า	พาดหัวหลักที่ 1, 2 และ 3 ใช้คำว่า Herbalife ซึ่งเป็นชื่อของบริษัทผู้ผลิตสินค้านำมาใช้ในการใช้ กลุ่มคำ independent distributor เพื่อสร้าง

ตารางที่ 30 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ ชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้า	คำอธิบาย
distributor, n.d., Retrieved August, 2000) 2 <u>Herbalife</u> Independent Distributor (Herbalife independent distributor, n.d., Retrieved August, 2000)		ความน่าเชื่อถือในสินค้า เพื่อบอกยี่ห้อสินค้าที่ จำหน่าย และเพื่อบอกประเภทธุรกิจว่าเป็น เว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายสินค้าซึ่งผู้เยี่ยมชม สามารถเลือกซื้อสินค้าของบริษัท Herbalife ผ่านเว็บไซต์ทั้งสามได้เช่นเดียวกับซื้อจาก เว็บไซต์ของบริษัท Herbalife โดยตรง
3 <u>Independent Distributor of HERBALIFE PRODUCTS</u> (Herbalife independent distributor, n.d., Retrieved August, 2000)		
4 <u>Nature's Sunshine Products</u> Quality to Change a Life (Nature's sunshine products, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความน่าเชื่อถือ ในคุณภาพสินค้า	พาดหัวหลักแนะนำแนวความคิดหลักของ Nature's Sunshine Products ซึ่งเป็นชื่อบริษัทผู้ผลิต สินค้าสมุนไพร ว่าเป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าคุณภาพเพื่อ การปรับเปลี่ยนชีวิต ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมรู้จักและ พึงพอใจในแนวทางการประกอบธุรกิจของบริษัทว่าให้ ความสำคัญกับผู้เยี่ยมชมหรือผู้บริโภคเป็นอันดับแรก และยอมรับผลิตสินค้าคุณภาพดีเพื่อผู้บริโภคเสมอ
5 <u>NATURE'S SUNSHINE PRODUCTS</u> Welcomes you. (Nature's sunshine products, n.d., Retrieved August, 2000)	สร้างความน่า เชื่อถือในสินค้า	พาดหัวหลักระบุชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้า Nature's Sunshine Products ด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ (capital letters) และวางกลุ่มคำดังกล่าวไว้เป็น ภาคประธานของประโยคเพื่อเน้นชื่อบริษัทให้เด่นชัด ซึ่งให้ความรู้สึกของความเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มี ความมั่นคงและเที่ยงตรงอันจะทำให้ผู้เยี่ยมชมมั่นใจ ในคุณภาพและในการต้อนรับขับสู้ไม่ว่าจะเป็น การสั่งซื้อ การติดต่อสอบถามหรือการติชม

ตารางที่ 31 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำศัพท์เฉพาะในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณา
เครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำศัพท์เฉพาะ	คำอธิบาย
1 <u>THERMO LIFT</u> ? All Natural Thermogenic	ใช้เป็นชื่อยี่ห้อสินค้า	Thermo Lift เป็นชื่อยี่ห้อเครื่องดื่มที่มีสมุนไพร หลายชนิดผสมรวมกันและมีสรรพคุณช่วยเพิ่ม

ตารางที่ 31 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำศัพท์เฉพาะ	คำอธิบาย
Diet Formula (Valerie hays & gay lord allen, 1997, Retrieved August, 2000)		อัตราการเผาผลาญพลังงานในร่างกาย การใช้คำศัพท์เฉพาะ Thermo Lift แล้วตามด้วยเครื่องหมายคำถามช่วยให้ผู้เยี่ยมชมอ่านข้อความโฆษณาเพื่อค้นหาความหมายของ Thermo Lift ต่อไป โดยมีบริบทช่วยให้ผู้เยี่ยมชมเดาได้ว่า Thermo Lift เป็นสูตรการลดน้ำหนักด้วยวิธีธรรมชาติ
2 Welcome to the Absolute Wellness online store, where you'll find the most effective Diet, Loss, and Weight Management System. Additionally, we offer the complete line of <u>Anti-Oxidant</u> vitamins and <u>Bio-Nutritional Therapy</u> products for the overall health and well-being of Your Entire Body, (Absolute wellness store, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	แม้ว่าพาดหัวหลักมิได้อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะ anti-oxidant และ bio-nutritional therapy ซึ่งขยายคำนาม vitamins และ products แต่ บริบท for the overall Weight health and well being of your entire body ช่วยให้เดาความหมายได้ว่า คำศัพท์เฉพาะทั้งสองเป็นคำบรรยายสรรพคุณของเครื่องดื่มน้ำผลไม้
3 New Action Products Specializing in Natural Products to destroy <u>Pathogenic Microorganisms</u> and Remove <u>Mycotoxins</u> (New action products, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	Pathogenic Microorganisms และ Mycotoxins เป็นชื่อโรคที่เครื่องดื่มน้ำผลไม้มีสรรพคุณในการรักษา แต่เนื่องจากไม่มีคำอธิบายความหมาย ทำให้ผู้เยี่ยมชมต้องสังเกตจากคำกริยา remove หรือ destroy จึงจะทราบว่า Pathogenic Microorganisms และ Mycotoxins เป็นสิ่งที่เป็นโทษ และจะถูกกำจัดหรือขับออกจากร่างกาย
4 Before your Next Snack, Meal or Appetizer Start the Smart Way with Durk & Sandy's Starters' <u>Thermogenic</u> Herbal Tea. (Durk & Sandy's Starters' <u>Thermogenic</u> Herbal Tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกสรรพคุณสินค้า	พาดหัวหลักมีคำศัพท์เฉพาะ Thermogenic ทำหน้าที่เป็นคุณศัพท์ขยายคำนาม tea เพื่อบอกสรรพคุณของน้ำชาว่าช่วยสลายไขมัน

ตารางที่ 32 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำตรงกันข้ามในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มนสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำตรงกันข้าม	คำอธิบาย
1 Welcome to GOOD CARE INC. The fusion of <u>ancient</u> ayurvedic knowledge with <u>modern</u> science (Good care inc., n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำว่า ancient และ modern มีความหมายตรงข้ามกัน เมื่อใช้คู่กันในพาดหัวหลักจึงบ่งบอกถึงความเก่าแก่ที่ผสมรวมกับความใหม่และทันสมัยแล้วให้ผลลัพธ์เป็นสินค้าที่มีสรรพคุณในการรักษาของแพทย์ยุคโบราณและวิทยาศาสตร์ของยุคปัจจุบัน
2 Welcome to Kensun Enterprise <u>Hard</u> to find Teas and drinks with the <u>ease</u> of internet ordering ? (Kensun enterprises, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นปัญหาเพื่อเสนอ วิธีแก้ปัญหา	คำตรงกันข้าม hard และ ease เน้นให้เห็นปัญหาที่เกิดจากการใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งสั่งซื้อได้สะดวกแต่มีโฆษณาจำนวนมากหาศาลจนไม่อาจตัดสินใจซื้อได้ ทั้งนี้เพื่อเสนอเว็บไซต์ kensun.com เป็นทางเลือกของการสั่งซื้อเครื่องดื่มทางอินเทอร์เน็ต
3 <u>Future</u> Health – <u>Now</u> Health for Life The Natural Way (Future health now, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกระยะเวลา ที่จะได้รับประโยชน์	จากคำตรงกันข้าม future และ now ทำให้เกิดภาพของการบริโภคสินค้า ณ เวลาปัจจุบันแล้วให้ผลลัพธ์ต่อสุขภาพในอนาคต คำตรงกันข้ามดังกล่าวจึงบ่งบอกช่วงเวลาของการบำรุงสุขภาพซึ่งต้องเริ่มทำในทันทีเพื่อให้เกิดผลดีต่อร่างกายในอนาคต
4 HERBONICS all natural herbal <u>solutions</u> to your health <u>problems</u> (Herbonics, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คำนาม solution และ problem เป็นคำตรงกันข้ามที่เมื่อใช้คู่กันแล้วเน้นเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีทางออกหรือให้บริการสำหรับทุกปัญหา
5 PotentHerbs Vitamins Warehouse <u>LARGEST SELECTION-</u> <u>LOWEST PRICES</u> (Potentherbs vitamins warehouse, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	เว็บไซต์เป็นแหล่งรวมสินค้าที่ใหญ่ที่สุด (largest) และขายในราคาที่ดีที่สุด (lowest) คำตรงกันข้ามทั้งสองเน้นเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ว่าจำหน่ายสินค้ามากมายแต่ราคาไม่แพง

ตารางที่ 32 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำตรงกันข้าม	คำอธิบาย
6 The “Drink from the <u>Past</u> ” with the Taste of <u>Today</u> (The drink from the past with the taste of today, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นเอกลักษณ์ ของสินค้า	คำตรงกันข้าม past และ today บ่งบอกถึงลักษณะ ของเครื่องดื่มที่บรรพบุรุษได้ค้นพบสืบต่อมาและได้รับ การปรับเปลี่ยนรสชาติให้สอดคล้องกับความรสนิยม ของคนยุคปัจจุบันคำตรงกันข้ามทั้งสองจึงเป็นการใช้ คำเพื่อบอกเอกลักษณ์ของเครื่องดื่มว่าเป็นเครื่องดื่ม สูตรโบราณที่ปรุงใหม่ให้ทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งจะช่วย สร้างความสนใจของผู้เยี่ยมชมให้ต้องการลองชิม เครื่องดื่มต่างสมัยแต่รสชาติทันสมัย

ตารางที่ 33 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้สำนวนในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้สำนวน	คำอธิบาย
1 A <u>tea of choice</u> (ACD, 2000, Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	สำนวน tea of choice หมายถึง น้ำชาที่คน กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดชอบดื่มมากกว่าเครื่องดื่มอื่น ๆ พาดหัวหลัก a tea of choice จึงบ่งบอกว่า น้ำชาที่จำหน่ายนั้นเป็นน้ำชาที่มีผู้นิยมชมชอบมาก กว่าน้ำชาหรือเครื่องดื่มยี่ห้ออื่น
2 <u>Keep your heart</u> <u>in shape</u> by drinking tea. (Keep your heart in shape by drinking tea, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นวิธี รักษาสุขภาพ	สำนวน to keep something in shape เน้น ภาพของการรักษาสุขภาพให้เข้าที่เข้าทางชัดเจนขึ้น
3 KANEGRAD E <u>in touch with nature</u> (Kanegrade, n.d., Retrieved August, 2000)	เน้นความใกล้ชิด ของสินค้ากับ ธรรมชาติ	สำนวน in touch with เน้นให้เห็นสัมพันธ์ภาพ ระหว่างบริษัท Kanegrade กับธรรมชาติที่ได้ หลอมรวมกันเป็นสินค้ายี่ห้อ Kanegrade
4 PAUL & DIANA GOODWIN Product <u>Working in</u> <u>Natural Harmaony</u> (Paul and Diana Goodwin, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของสินค้า	สำนวน working in harmony เน้นเอกลักษณ์สินค้า ว่าเป็นสินค้าที่มีส่วนผสมเป็นวัตถุดิบธรรมชาติที่ผสม กลมกลืนกันอย่างลงตัวเพื่อทำให้สินค้าน่าซื้อหากว่า สินค้าจากเว็บไซต์อื่น

ตารางที่ 34 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำสร้างความรู้สึกจากประสาทสัมผัสในพาดหัวหลัก
ของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำ สร้างความรู้สึกจากประสาทสัมผัส	คำอธิบาย
1 GUSTO sparkling herbal beverage FROM ENGLAND (The beverage network, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้เห็นภาพ ของเครื่องดื่ม	คุณศัพท์ sparkling ช่วยให้เครื่องดื่มมีหอ Gusto นำลิ้มลองขึ้นเพราะประกายพรายฟอง ส่องแสงระยิบระยับ ดื่มแล้วมีชีวิตชีวาคือรูป และรสของเครื่องดื่มที่มีคุณศัพท์ sparkling ขยายความ
2 THE AROMATIC PANTRY (The aromatic pantry n.d., Retrieved August, 2000)	บอกเอกลักษณ์ ของเว็บไซต์	คุณศัพท์ aromatic บ่งบอกถึงกลิ่นหอมของ อาหารที่ขจรกระจายอยู่ในเว็บไซต์ที่ได้รับการ เปรียบให้เป็นเสมือนห้องรับประทานอาหารที่ ตลอบอวลด้วยความหอมเพื่อทำให้ผู้เยี่ยมชม ต้องการลิ้มรสอาหารซึ่งเป็นที่มาของกลิ่นหอม

ตารางที่ 35 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษในพาดหัวหลักของ
เอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย
1 <u>a to z</u> herbal (A to z herbal, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกรายการสินค้า	พาดหัวหลักใช้ตัวอักษร a และ z ซึ่งหมายถึง ความหลากหลายของสินค้านับจากชื่อสินค้า หรือสมุนไพรที่ขึ้นต้นด้วยตัวอักษร a ไปจนถึง ตัวอักษร z แทนการแสดงรายการสินค้าสมุนไพรที่มี มากมาย เพื่อเป็นการประหยัดคำและช่วยให้ พาดหัวหลักกะทัดรัด อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้ ผู้เยี่ยมชมค้นหาสินค้าที่ต้องการได้ตามใจชอบด้วย
2 Herbalife $A + B + C = S$ Attitude + Belief + Commitment = SUCCESS Weight Loss & Wellness Center	สร้างความสนใจ	ตัวอักษร a b c เป็นตัวอักษรตัวแรกของคำนาม 3 คำ ที่รวมกันแล้วให้ผลลัพธ์เป็นความสำเร็จ (success) กล่าวคือ ความสำเร็จของการลดน้ำหนักประกอบด้วย ปัจจัย 3 อย่างและปัจจัยเหล่านั้นก็เป็นสิ่งที่ผู้เยี่ยมชม มีและรู้จักเหมือนกับที่รู้จักตัวอักษร a b c ดังนั้น

ตารางที่ 35 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย
(A Northland communication company, n.d., Retrieved August, 2000)		การใช้ตัวอักษร a b c ในพาดหัวหลักข้างต้นจึง บ่งบอกถึงความสำเร็จที่ง่ายเหมือนการเรียนรู้เขียนอ่าน และเป็นความสำเร็จที่ผู้เยี่ยมชมสามารถทำให้เกิดขึ้น ได้ด้วยตัวเอง
3 <u>AAA</u> Herbal Diet Tea (AAA herbal diet tea, n.d., Retrieved August, 2000)	บอกคุณภาพสินค้า	พาดหัวหลักระบุคุณภาพสินค้าโดยใช้ตัวอักษร A ซ้ำกัน 3 ตัวเพื่อเน้นว่าน้ำชาที่จำหน่ายเป็นน้ำชาที่มี คุณภาพและมีสรรพคุณดี
4 <u>u</u> CanLose.com (Ucanlose.com, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์จำง่าย	ตัวอักษร u /ju:/ ออกเสียงเหมือนคำสรรพนาม you /ju:/ เมื่อใช้ตัวอักษร u แทนคำสรรพนาม you จึง ทำให้ชื่อเว็บไซต์กระชับ จำง่ายและสะดวกต่อการ พิมพ์เมื่อต้องการเรียกชมเว็บไซต์ดังกล่าว
5 <u>W</u> elcome to <u>E</u> vitality (WMI, 2000, Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์สั้นลง	ตัวอักษร e ในบริบทของการใช้อินเทอร์เน็ตเป็น ตัวอักษรตัวแรกของคำว่า electronic หมายความว่า สิ่งที่กระทำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail หรือ e-Mail) เมื่อนำตัวอักษร e ตามความหมายดังกล่าว มาใช้ร่วมกับคำนาม vitality หรือ ความมีชีวิตชีวา แล้วกลายเป็นชื่อเว็บไซต์ evitality จึงให้ความหมาย ว่า เว็บไซต์เป็นความมีชีวิตชีวาที่หาได้ผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต
7 <u>H</u> ealth <u>N</u> Body.com (Health n body, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้ชื่อเว็บไซต์ กระชับและจำง่าย	ตัวอักษร N ซึ่งใช้แทนคำสันธาน and ช่วยให้ พาดหัวหลักที่ 7,8 และ 9 เป็นเหมือนภาษาพูด การลดรูปของ and ให้เหลือเพียงตัว N ยังทำให้ชื่อ เว็บไซต์จำง่ายและทำให้คำนาม tea, health, body และ energy และ คุณศัพท์ more ซึ่งบ่งบอกประเภท และสรรพคุณสินค้าว่าช่วยเสริมสุขภาพและให้ ผลกำลังนั้นโดดเด่นและชัดเจนขึ้น
8 <u>H</u> ealth- <u>n</u> -Energy Welcome page (Health n energy, n.d., (Retrieved August, 2000)		
9 <u>J</u> ody'sTeas- <u>N</u> -More (Jody's teas, n.d., Retrieved August, 2000)		

ตารางที่ 35 (ต่อ)

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ	คำอธิบาย
9 <u>herbalos.com</u> the Herbal Online Store (The herbal online store, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้พาดหัวหลัก กะทัดรัด	Herbalos หรือ <u>Herbal</u> + <u>Online</u> + <u>Store</u> เป็นคำที่ได้จากคำคุณศัพท์พร้อมกับตัวอักษรตัวแรกของคำรวมกันเพื่อให้กลายเป็นชื่อเว็บไซต์ที่กะทัดรัด จำง่าย และสามารถบ่งบอกประเภทธุรกิจของเว็บไซต์ได้ว่าเป็นร้านจำหน่ายสินค้าสมุนไพรทางอินเทอร์เน็ต
10 <u>LER's World</u> - <u>HerbShop.com</u> (LER' s world herb shop, n.d., Retrieved August, 2000)	ทำให้พาดหัวหลัก กะทัดรัด	LER หรือ <u>Legendary Ethnobotanical Resources</u> เป็นการใช้ตัวอักษรตัวแรกของคำทั้งสามเพื่อย่นย่อพาดหัวหลักให้กะทัดรัดและยังให้ความรู้สึกว่าเว็บไซต์เป็นแหล่งรวมสมุนไพรที่ผ่านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์แล้วว่ามีประโยชน์และสะดวกต่อการใช้งาน

ตารางที่ 36 การพรรณนาวิเคราะห์การใช้คำแสดงในพาดหัวหลักของเอกสารโฆษณาเครื่องดื่มสมุนไพร

พาดหัวหลัก	จุดประสงค์ของการใช้คำแสดง	คำอธิบาย
1 <u>Kick Back</u> <u>With Kava.Com</u> (Kick back with kava, n.d., Retrieved August, 2000)	ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์	kick back หมายถึง สิ้นบนหรือเงินที่ได้มาอย่างลับ ๆ เมื่อนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของพาดหัวหลักจึงบ่งบอกว่า การบริโภคสมุนไพรควา (kava) มีผลตอบแทนหรือประโยชน์นั่นเอง